الوجيز

فى

تشريعات ونظم الإعلان

الدكتور

أشرف جابر سيد

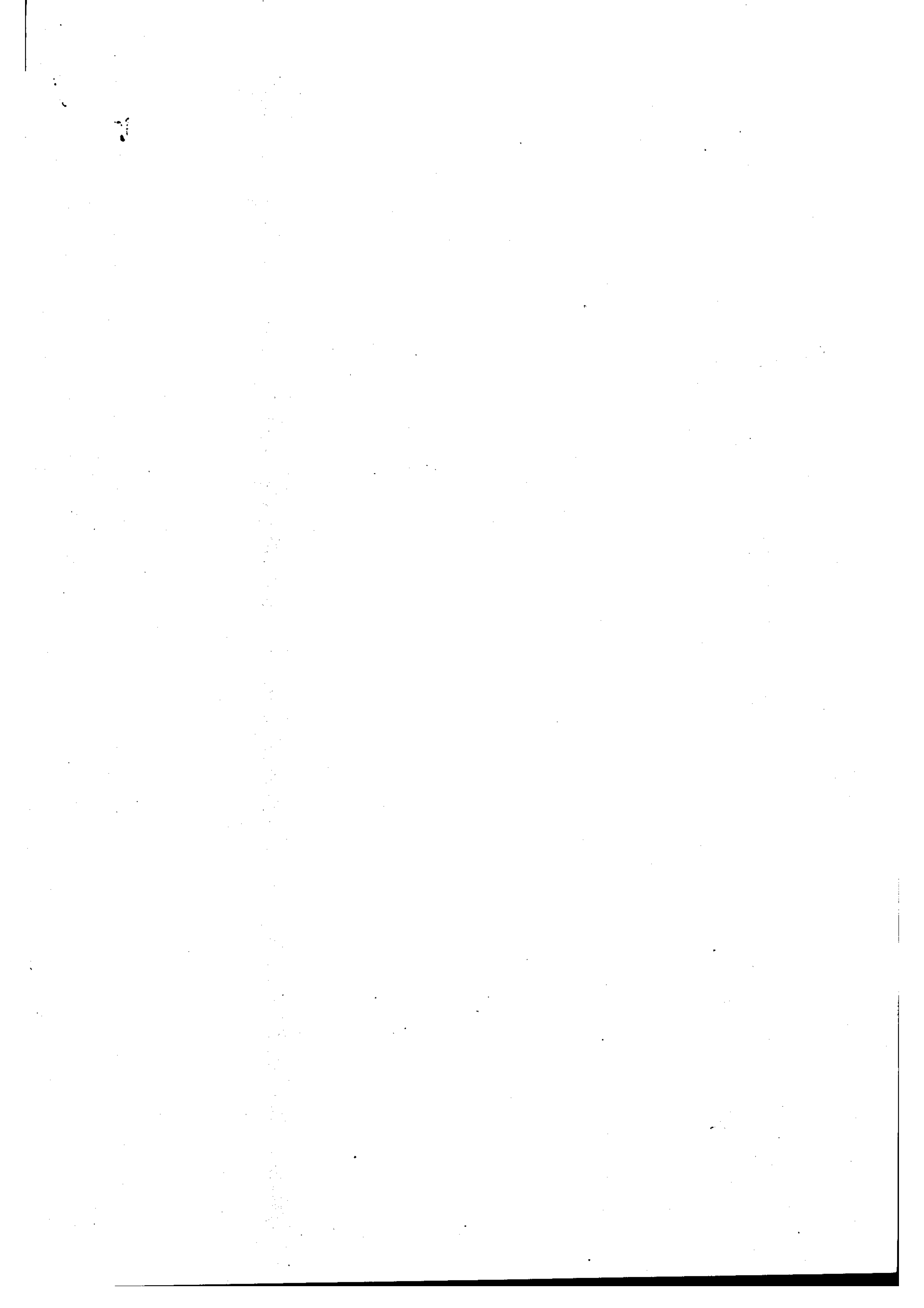
كلية الحقوق – جامعة حلوان

ربنا افتح بيننا وبين قومنا بالحق

وأنت خير الفاتحين

تنويه :

ترمى هذه الدراسة الوجيزة لتشريعات ونظم الإعلان إلى إلقاء الضوء على بعض الجوانب القانونية لهذا الموضوع على طلاب الفرقة الثالثة بكلية الفنون التطبيقية قسم الإعلان ، وهم من غير المتخصصين فى دراسة القانون ، الأمر الذى اضطررنا معه إلى الاكتفاء بعموميات المسائل محل الدراسة دون التعمق فيها ، لذا فقد كان حرصنا على التصدير بهذا التنويه .



مقدمة

تقتضى دراسة نظم وتشريعات الإعلان ، فـــى الحدود التى نوهنا إليها ، إلى تقسيمها إلى ثلاثة أبواب ، نعرض فيها تباعا للتنظيم التشـــريعى للإعـــلان ، وذلك من خلال التعرف على ماهية الإعلان ، وكـــذا أحكام الترخيص بمباشرة الإعلان فى ضوء أحكـــام القانون رقم ٦٦ لسنة ١٩٥٦ .

يلى ذلك التعرض للأحكام القانونية لبعض عقود الإعلان ، حيث نتناول بالدراســـة أشـــخاص عقـــود الإعلان ، وبعض العلاقات القانونيـــة بيـــنهم ، ثـــم نتعرض لدراسة النظام القانونى للإعلان عن طريـــق الصحافة المكتوبة .

وأخيرا نتناول بالدراسة بعـــض الحقـــوق ذات الصلة بالإعلان ، وأهمها الحقوق الذهنية أو المعنوية ، سواء تمثلت فى الحق الأدبـــى لمؤلـــف المصـــنف

الإعلانى ، أو فى الحقوق التجاريـــة والصــــناعية ، وكذلك الحق فى الصـــورة باعتبـــاره مـــن الحقـــوق اللصيقة بشخص الإنسان ، والمتعلقة بحرمـــة حياتـــه الخاصة .

الباب الأول

التنظيم التشريعى للإعلان

الفصل الأول

ماهية الإعلان

نتناول فى هذا الفصل التعريف بالإعلان وأهميته ، وأنواعه ، والتمييز بينه وبين بعض المصطلحات الأخرى التى قد تشتبه به .

المبحث الأول

تعريف الإعلان

التعريف التشريعى :

وفقا لنص المادة الأولى من قانون رقم ٦٦ لسنة ١٩٥٦ فى شأن تنظيم الإعلان ، يعرف الإعلان بأنه " أية وسيلة أو تركيبة أو لوحة صنعت من الخشب أو المعدن أو الورق أو القماش أو البلاستيك أو الزجاج

أو أية مادة أخرى ، وتكون معدة للعرض أو النشر بقصد الإعلان بحيث تشاهد من الطريق أو خارج وسائل النقل العام " .

وأول ما يلاحظ على هذا التعريف أنه يحصر نطاق الإعلان فى صورة محددة ، وهى الإعلانات الثابتة أو المعلقة ، وهو ما يحد من قيمته كثيرا ، نظرا لأنه لا يتناول صورا أخرى ذات أهمية بالغة فى الإعلان ، منها الإعلان عن طريق الصحافة المكتوبة من صحف ومجلات ، وكذلك الإعلانات المرئية والمسموعة عن طريق التلفزيون والراديو .

ولذلك يقتصر التنظيم القانونى للإعلان فى القانون المصرى على تلك الصورة التى نص عليها فى هذا التعريف .

ويتضح من هذا الأخير أنه يلزم توافر ركنين فى أية وسيلة من الوسائل السابقة حتى يتوافر القول بوجود الإعلان عند استخدامها .

الركن المادى : ويتحقق باستخدام أية وسيلة من وسائل التعبير التى يختارها المعلن ، وهى لا تقتصر – كما أشرنا – على الوسائل المكتوبة كالصحف والمجلات والمنشورات والدوريات والكتيبات ، وإنما يمكن أن يتحقق الإعلان أيضا بوسائل مرئية كالإعلان عن طريق التليفزيون أو السينما ، أو شفوية كالإعلان عن طريق مندوبى الإعلان الجوابين بغرض عرض المنتجات والخدمات على المستهلكين فى منازلهم . ومن أبرز وسائل الإعلان على المنتجات والخدمات ما يعرض على شبكة الإنترنت التى تجرى عن طريقها عمليات التجارة الإلكترونية ، حيث تعد وسيلة عالمية لعرض المنتجات والخدمات عليها .

الركن المعنوى : لا يكفى مجرد استعمال وسيلة من الوسائل السابقة حتى يتحقق الإعلان التجارى ، وإنما يجب أن يكون هذا الاستعمال بغرض عرض

وترويج المنتجات والخدمات محل الإعلان ، بقصد تحقيق ربح مادى ، ولذلك يخرج من نطاق الإعلان التجارى الإعلانات التى تقوم بها الجمعيات الأهلية والوزارات والهيئات ، حيث لا تهدف مثل هذه الإعلانات إلى تحقيق ربح مادى .

التعريف الفقهى :

نظرا لقصور التعريف التشريعى على النحو المتقدم ، فقد تعددت تعريفات الفقه للإعلان ، فالبعض[1] يعرفه بأنه " إخبار أو إعلام تجارى أو مهنى القصد منه التعريف بمنتج أو خدمة معينة عن طريق إبراز المزايا وامتداح المحاسن ، هدف خلق انطباع جيد يؤدى إلى إقبال الجمهور على هذا المنتج أو هذه السلعة .

---

[1] عبد الفضيل محمد أحمد ، الإعلان عن المنتجات والخدمات من الوجهة القانونية ، مكتبة الجلاء الجديدة بالمنصورة ، ص ١٩ .

ويعرفه البعض الآخر [٢] بأنه " مجموعة الوسائل الفنية المخصصة لامتداح صفات منتج أو خدمة ما ، وحث المتلقى على التعاقد عليها " .

أهمية الإعلان :

ويحقق الإعلان العديد من الأهداف التى تؤدى إلى الرواج الاقتصادى والتنشيط التجارى ، فهو من أهم أدوات المنافسة التجارية التى تعود بالفائدة على جمهور المستهلكين ، كما أنه يؤدى إلى زيادة الإنتاج لأنه يزيد من الطلب على المنتجات والخدمات ، وبالتالى تنخفض تكلفة الإنتاج وكذلك مقابل هذه المنتجات والخدمات .

---

[٢] F. LABATHE : la notion de document [illegible]ractuel, 1994, n133, p. 99.

مشار إليه عند حمدى أحمد سعد : القيمة العقدية للمستندات الإعلانية ، دراسة مقارنة ، بحث منشور فى مجلة كلية الشريعة والقانون بطنطا ، ع ١٥ ، سنة ٢٠٠٢ ، ص ٩٢٩ .

المبحث الثانى

أنواع الإعلان [٣]

تنقسم الإعلانات إلى أنــواع عديــدة تختلــف باختلاف أساس التقسيم ، فمن حيث نطاق الإعلان قد يكون إقليميا أو وطنيا أو عالميا ، ومن حيث شــكل الإعلان ، قد يكون تمثيليا أو غنائيا أو صورا متحركة أو إعلانا مبوبا فى صحيفة أو مجلة .

ومن أهم أنواع الإعلان ، تقسيم الإعــلان مــن حيث الهدف منه ، ومن حيث محل الإعلان .

أولا – أنواع الإعلان من حيث الهدف منه :

ينقسم الإعلان من هذه الزاوية إلى عدة أنــواع هى :

١ – **إعلان أولى :** والهدف من هذا الإعلان هو تنشيط الطلب على منتج أو خدمة ، دون انصراف

---

[٣] عبد الفضيل محمد أحمد ، المرجع السابق ، ص ٢٨ وما بعدها .

القصد إلى خدمة أو منتج معين ، مثال ذلك ، حث الجمهور على شراء السيارات أو أجهزة الكمبيوتر أو أجهزة التكييف بوجه عام .

٢ – **إعلان اختيارى** : والهدف من هذا النوع من الإعلان تنشيط الطلب على منتج أو خدمة معينة دون سواها من المنتجات أو الخدمات المماثلة ، كالإعلان عن سيارات دايو أو أجهزة تكييف كولدير .

٣ – **إعلان تعليمى أو تعريفى :**

والهدف من هذا النوع من الإعلان هو تعليم الجمهور كيفية استخدام منتج أو خدمة لم يكن لها وجود من قبل ، أو كانت موجودة ثم ظهرت لها استخدامات جديدة ، فيكون الغرض من الإعلان هو ارشاد الجمهور إلى إلى مزايا وخصائص هذا المنتج .

٤ – **إعلان تذكيرى** : والهدف من هذا النوع هو إثارة ذاكرة المستهلك ، وتذكيره بالمنتج أو الخدمة

حتى لا ينساها ويتأثر بالإعلان عن سلع أو منتجات أو خدمات أخرى بديلة .

٥ - **إعلان إرشادى أو إخبارى** : والهدف منه هو تقديم معلومات كافية لجمهور المستهلكين تيسر لهم سبل الحصول على المنتجات والخدمات التى يرغبون فى الاستفادة منها .

٦ - **إعلان إعلامى** : والهدف من هذا النوع هو تقديم فكرة متميزة عن منتج أو خدمة أو منشأة معينة ، وإبعاد أى تصور غير صحيح ، بهدف جذب الجمهور إلى هذا المنتج أو تلك الخدمة أو المنشأة .

٧ - **إعلان تنافسى** : ويتعلق هذا النوع من الإعلان بمنتجات أو خدمات تتعرض لمنافسة منتجات أو خدمات أخرى ، وهو يهدف إلى مقاومة أثر هذه المنافسة ، ويكون هذا الإعلان بين منتجات وخدمات متكافئة من حيث أسعارها أو خصائصها .

ثانيا : أنواع الإعلان من حيث محله :

ينقسم الإعلان من هذه الزاوية إلى عدة أنواع :

١ - **إعلان استهلاكى** : ومحل هذا النوع من الإعلان المنتجات التى تشترى بغرض الاستهلاك المباشر بواسطة المستهلك الأخير ، ومثالها الإعلان عن الأغذية والملابس الجاهزة .

٢ - **إعلان صناعى** : ومحل هذا الإعلان المنتجات التى تشترى بغرض استخدامها فى إنتاج سلع أخرى ، كالإعلان عن آلات المصانع .

المبحث الثالث

التمييز بين الإعلان وبعض المصطلحات الأخرى

يقترب من الإعلان بالمفهوم المتقدم بعض الأفكار والنظم الأخرى التى قد تختلط به ، ومن الضرورى أن نميز بينه وبين هذه النظم ، حتى نزيل هذا الخلط الذى قد يقع بينها .

أولا – الإعلان والإعلام[٤] :

يقصد بالإعلام نشر المعلومات والحقائق والأخبار بقصد خلق الوعى العام لدى الجمهور وتنمية الحس الاجتماعى والاقتصادى والسياسى لدى أفراد المجتمع .

فالهدف من الإعلام ليس ترويج وتنشيط الطلب

---

[٤] المرجع السابق ، ص ٣٤ وما بعدها .

على منتج أو خدمة معينة ، وإنما هو يتمتع بالحياد والموضوعية ، على عكس الإعلان الذى ينطوى على قدر من المبالغة والإطراء على المنتجات والخدمات محل الإعلان .

كما يتميز الإعلان بأنه مدفوع الأجر ، حيث ينفق عليه المنتجون ، ويشترون الأوقات والمساحات من وسائل الإعلام ، لذلك فإنه يعد أحد الوسائل الهامة لتمويل الإعلام[٣] .

وقد يقع الخلط بين الإعلان والإعلام حين ينطوى هذا الأخير على الإعلان عن منتج معين ، وهو ما قد يحدث مثلا أثناء إجراء برنامج تلفزيوني عن حماية المستهلك ، ويقوم مقدم البرنامج بذكر اسم منتج معين أو منشأة معينة فى سياق البرنامج ، مما

---

٣ د. أبو العلا على أبو العلا النمر : نحو تعزيز حماية المستهلك فى مواجهة تدابير الحدود الجغرافية للإعلام . بحث مقدم إلى مؤتمر القانون والإعلام ، المنعقد بكلية الحقوق جامعة حلوان ، فى الفترة من ١٤ إلى ١٥ مارس ١٩٩٩ ، ص ٦٣٠ من أعمال المؤتمر .

يعد إعلانا مستترا عن هذا المنتج أو تلك المنشأة ، وهو ما يقع كذلك عند استضافة أحد الأبطال الرياضيين ، وتقوم كاميرا التلفزيون بالتركيز على العلامة التجارية لملابسه الرياضية .

ويلاحظ أن تقديم معلومة معينة عن أى منتج أو خدمة لا ينطوى دائما على الإعلان عنها ، بل قد يقتصر على مجرد الإعلام ، ويتحقق ذلك إذا انتفى قصد حث الجمهور على الإقبال على هذا المنتج أو تلك الخدمة ، واقتصر الأمر على مجرد تقديم تحقيق إعلامى أو إخبارى عنها .

ثانيا – الإعلان والدعاية [٤] :

تنقسم الدعاية إلى نوعين ، دعاية عقائدية ، ودعاية تجارية .

[٤] المرجع السابق ، ص ٣٦ وما بعدها .

ويقصد بالدعاية العقائدية تلك الأعمال التى تهدف إلى التأثير على اتجاهات الجمهور لجذبه إلى الاعتقاد بفكرة معينة أو صرفه عن الاعتقاد بفكرة أخرى .

ويختلف الإعلان عن الدعاية العقائدية فى أنه يلجأ إلى كسب الجمهور عن طريق إثارة الدوافع الفطرية والمكتسبة لديهم ، فضلا عن العرض المنطقى للمنتجات والخدمات محل الإعلان ، أما الدعاية فتركز بصورة أساسية على المؤثرات العقلية والفطرية والمكتسبة .

ويختلف الهدف فى كل من الإعلان والدعاية العقائدية ، فهو فى الإعلان يرمى إلى تحقيق الربح المادى ، أما هذا النوع من الدعاية فيرمى إلى جذب الناس إلى تيار فكرى أو فلسفى أو سياسى أو عقائدى معين .

أما الدعاية التجارية ، فهى تلك الأعمال التـــى تحث جمهور المستهلكين على شراء منـــتج معـــين ، وإقناعهم بمزاياه . وهذا النوع من الدعاية يتشابه إلى درجة كبيرة مع الإعلان ، إذ كلاهمـــا يهـــدف إلـــى الترويج لسلعة أو خدمة معينة ، كما أنهما يهدفان إلى تحقيق كسب مادى من وراء الأساليب المتبعة فى كل منهما .

ومع ذلك فهناك بعض أوجه الخلاف بينهمـــا ، فالدعاية التجارية غالبـــا مـــا توجـــه إلـــى جمهـــور المستهلكين ، بينا يتوجه الإعلان فـــى الغالـــب إلـــى جمهور المستهلكين والمهنيين على حد ســـواء ممـــن تعنيهم السلع والخدمات المعلن عنها .

كما أن الإعلان يكون دائما بمقابل يحصل عليه المعلن ، أما الدعاية فغالبا ما تكون بلا مقابل .

نجد أيضا أنه بينما يقتصر الإعلان على مجرد إبراز محاسن ومزايا السلع والخدمات المعلن عنها ، فإن الدعاية تذهب أبعد من ذلك ، حيث تعمل على إقناع المستهلك بالشئ محل الدعاية ، ولذلك فهى تمارس تأثيرا أكثر فعالية على المستهلك من الإعلان .

وأخيرا فإن وسائل الدعاية أكثر اتساعا ، فهى تستخدم ، فضلا عن وسائل الإعلان ، وسائل أخرى كعقد الندوات والمؤتمرات وإصدار النشرات والكتيبات .

الفصل الثانى

أحكام الترخيص بمباشرة الإعلان

وفقا لنص المادة ٢ من قانون ٦٦ لسنة ١٩٥٦ " لا يجوز مباشرة الإعلان إلا بعد الحصول على ترخيص فى ذلك من السلطة المختصة .

ويجب للترخيص فى مباشرة الإعلان عن الأشرطة السينمائية موافقة السلطة القائمة على تنفيذ القانون رقم ٤٣٠ لسنة ١٩٥٥ [°] .

ويكون الترخيص شخصيا ونافذا للمدة المحددة فيه ، على ألا تجاوز سنة واحدة يجوز تجديدها .

° وهو القانون الخاص بتنظيم الرقابة على الأشرطة السينمائية ولوحات الفانوس السحرى والأغانى والمسرحيات والمنولوجات والاسطوانات وأشرطة التسجيل الصوتى .

ولا يترتب على منح الترخيص أيـــة مســئولية على السلطة المختصة فى شـــأن مـــا رخـــص فـــى إجرائه .

وتبين اللائحة التنفيذية شروط وأوضاع الإعلان والترخيص فيه ورسوم منحه وتجديده " .

ونتناول أحكام الترخيص بمباشرة الإعلان فـــى ثلاثة مباحث متتالية كما يلى :

المبحث الأول : شروط وأوضـــاع التـــرخيص بمباشرة الإعلان .

المبحث الثانى : ضوابط الإعـــلان (حـــالات الإعفاء من طلب الترخيص ، وكذا الحـــالات التـــى يحظر فيها مباشرة الإعلان) .

المبحث الثالث : التزامات طالـــب التـــرخيص بمباشرة الإعلان وجزاء مخالفتها .

المبحث الأول

شروط الترخيص بطلب الإعلان

تنقسم شروط الترخيص بطلب الإعلان إلى ثلاثة أنواع من الشروط ، فهناك شروط تتعلق بطلب الترخيص ، وشروط تتعلق بالوسيلة المستخدمة في الإعلان ، وأخيرا ، شروط تتعلق بالرسوم التي يلتزم طالب الإعلان بسدادها قبل الترخيص في الإعلان أو تجديده .

أولا : الشروط المتعلقة بطلب الترخيص :

١ - يقدم طلب الترخيص في الإعلان إلى الجهة المختصة مبينا به اسم الطالب وصناعته ومحل إقامته والمدة التي سيباشر فيها الإعلان وموقع العقار الذي سيباشر عليه واسم مالكه .

ويرفق بالطلب المستندات الآتية :

(أ) الرسومات الإنشائية التفصيلية بمقاس رسم مناسب من صورتين عن الحوامل الخاصة بالإعلان والتركيبات والهياكل وغيرها والمواد المصنوعة منها وطرق تثبيتها وألوانها متى كان الإعلان مركبا بأعلى أسطح العقارات أو أعمدة الإنارة أو النفق .

وإذا كان الإعلان مضيئا فيجب أن يرفق مع الطلب علاوة على الرسومات المشار إليها الرسومات التفصيلية للتركيبات والتوصيلات الكهربائية .

(ب) الإيصال الدال على إيداع رسم النظر (م ١ من اللائحة التنفيذية للقانون رقم ٦٦ لسنة ١٩٥٦) .

٢ - فى حالة مباشرة الإعلان يجب الحصول على لوحات أو وسائل متعددة لموضوع واحد أو لموضوعات مختلفة يجب الحصول على ترخيص عن كل لوحة أو حامل أو وسيلة ولو كان الطالب أو المنتفع بالإعلان شخصا واحدا (م ٢ من اللائحة) .

ثانيا : الشروط المتعلقة بالوسيلة المستخدمة فى الإعلان :

يشترط فى السياجات واللوحات والحوامل المعدة لمباشرة الإعلان أن تكون مطابقة للمواصفات الآتية :

(أ) السياجات واللوحات والحوامل والوسائل المعدة للإعلان والمقامة على الأرض :

١ – يجب أن تكون القوائم مثبتة بمتانة فى الأرض وألا يقل طول الجزء المثبت منها داخل الأرض عن متر واحد ، وفى حالة استعمال قوائم أو حوامل من الخشب أو الحديد يتعين طلاؤها بوجهين من البمتومين الساخن .

٢ – يجب ألا يزيد ارتفاع أعلى جزء من السياجات أو اللوحات أو الحوامل المقامة حول الأرض الفضاء على ستة أمتار من منسوب سطح الأرض المطلة عليها ، وإذا لم يكن الغرض من إقامة

السياج حجب الأرض من جميع جهاتها وجب تـــرك جزء خال يكشف عما وراءه بارتفاع قدره نصف متر على الأقل بين الأرض وآخر جـــزء فـــى الســـياج ، ويجوز فى هذه الحالة تغطية هذا الفراغ بشبكة مـــن الخشب على ألا يقل الجزء المفرغ منها عن نصـــف مساحته .

وإذا أقيمت اللوحات بعيدة عـــن حـــد الطريـــق بمسافة لا تقل عن ثمانية أمتار جاز أن يصل ارتفاع أعلى جزء منها إلى ثمانية أمتار .

(ب) اللوحـــات أو الحوامـــل المثبتـــة فـــى الحوائط :

١ – يجب لتثبيت اللوحات أو الحوامل استعمال كانات من الحديد لا يقل طول الجزء المثبـــت منهـــا داخل الحوائط عن ١٠ ســـم ، ولا يجـــوز اســـتعمال الخوابير أو القطع الخشبية فى هذا الغرض .

ويجب أن يكـــون تصــــميم وتركيـــب وتثبيـــت الإعلان طبقا للأصول الفنية أو القواعد الهندســـية ، ويشترط ألا يتعارض مع فتحات الأبـــواب والنوافـــذ ووسائل الإنقاذ وأعمدة الصرف ومواسير المياه .

٢ – يجب ألا يجاوز بروز الإعلان بما فى ذلك الحوامل والكوابيل واللوحات المباشر عليها خارج حد الطريق المسافات الآتية :

٥ سم من حد الطريق فى حدود ارتفـــاع قـــدره ثلاثة أمتار مقاسا من سطح الطريق ، ثم ٥ فى المائة من عرض الطريق فى المسافة التى تعلو ذلك لغايـــة ارتفاع أربعة أمتار مقاسا من سطح الطريق ، وبشرط ألا يزيد البروز على ستين سنتيمتر ، ثـــم ١٠ فـــى المائة من عرض الطريق فيما يعلو ذلك من ارتفاع .

وبشرط ألا يزيد البروز على متر ونصف ، ولا يجوز أن يزيد ارتفاع أعلى جزء فى الإعلان علـــى

سطح سقف الدور العلوى المطل على الطريق بأكثر من مترين .

وإذا كان الإعلان مثبتا على واجهات البـواكى وجب ألا يزيد بروزه مع الحوامل والكوابيل الخاصة به من سطح الحائط على ربع عرض الرصيف الواقع خارج واجهات البواكى ، بشـرط ألا يجـاوز هـذا البروز ٥٠ سم ، وألا يقل ارتفاع أدنى جزء فيه عن ثلاثة أمتار ، ويحظر مباشرة الإعلان على الجوانـب الداخلية والجانبية لأكتاف البواكى .

(ج) الإعلانات الموضـوعة فـوق أسـطح المبانى :

١ - فى حالة مباشرة الإعلانات على لوحـات موضوعة فوق أسطح المبانى يجب ألا يزيد ارتفـاع أعلى جزء فيها ، بما فى ذلك الحوامل على خمسـة أمتار ، أما فى حالة مباشرتها على تركيبات مفرغة ، بحيث لا يكون فى مجموعها أو فى جزء منها لوحـة

مصمتة ، فيجب ألا يزيد ارتفاعها بما فى ذلك الحوامل على عشرين مترا .

ويجب فى الحالتين المتقدمتين أن تكون الحوامل ومشتملاتها رادة عن صامت واجهات البناء الواقعة على حد الطريق بما لا يقل عن متر واحد .

٢ – يجب أن تكون حوامل الإعلانات أو اللوحات أو التركيبات وغيرها من مواد غير قابلة للاحتراق .

٣ – يجب أن يكون الإعلان وحوامله فى موضع لا يعرض المنتفعين بالعقار أو غيرهم لأى ضرر ، ولا يتعارض مع التركيبات الخاصة بالمرافق العامة أو وسائل الإنقاذ أو يؤثر عليها .

٤ – يجب أن يكون تصميم وتركيب وتثبيت الإعلان طبقا للأصول الفنية ، وبحيث يقاوم تأثير الرياح ، ولا يترتب عليه أى ضرر .

(د) الإعلانات المثبتة فى أعمدة الإنارة :

يجب فى الإعلانات التى تباشر علـــى أعمـــدة الإنارة ألا يقل ارتفاع أدنى نقطة فيها عن ٤،٥ متـــر من سطح الرصيف ، وألا يزيد مسطحها على متـــر مربع ، وألا يتجاوز البروز حافة الرصيف .

(ه) يجب فى الإعلانات التى تباشر على النفق إذا لم تكن بالنقش ، ألا يجاوز ارتفاعها حافتى الحائط الممتدة بعرض الطريق السفلى ، وألا يزيـــد سـمكها على عشرة سنتيمترات .

(و) فى الإعلانات على شبكة الحقائب أعلـــى سيارات الأجرة :

يجب فى الإعلانات التى تباشـــر علـــى شـــبكة الحقائب أعلى سيارات الأجرة أن تثبت تثبيتـــا جيـــدا بالشبكة :

ويجب أن تكون غير بارزة عن سطح الســـيارة العلوى المثبتة به الشبكة .

كما يجب ألا يزيد ارتفاع الإعلان عن عشرين سنتيمترا عن سقف السيارة .

يجب أيضا أن يكون الإعلان من مادة غير قابلة للاحتراق .

ويجب على سائق السيارة أن يحتفظ معه برخصة مباشرة الإعلان ، وتقديمها عند أى طلب في أي وقت .

ويجب ، أخيرا ، إخطار قلم المرور عن السيارات الأجرة المباشرة عليها الإعلانات بدون ترخيص ليراعي ذلك فى تجديد رخصة المرور السنوية .

(ز) الإعلانات المضاءة كهربائيا :

يجب أن تتوافر فى الإعلانات المضاءة كهربائيا ، فضلا عن الاشتراطات المنصوص عليها فى هذه المادة ما يلى :

١ – أن يكون موقع الإعلان المضاء فى مكان مأمون بعيد عن متناول الأيدى وبطريقة تمنع انتشار الحريق .

٢ – أن تعمل حواجز من مادة غير قابلة للاحتراق حول الإعلانات التى تقام فوق أسطح المبانى والإعلانات التى تباشر على السياجات واللوحات والحوامل المقابلة على الأرض ، ويعمل بهذه الحواجز باب مزود بقفل متين لمنع دخول غير المختصين إلى مكان الإعلان ، كما توضع عليه لافتة (خطر – ممنوع الدخول) .

٣ – أن تكون جميع الأجزاء المعدنية الداخلة فى تركيب الإعلان بما فيها الحوامل واللوحات موصلة توصيلا كهربائيا جيدا بالأرض .

٤ – أن تكون محولات التيار والأنابيب الضوئية ، وما يتصل بها من أجهزة فى أماكن آمنة

وجيدة التهوية ، وفى مكان لا يدخله إلا المختصون فقط .

٥ – أن تكون المفاتيح والمصهرات على لوحة أو لوحات من الرخام أو الأردواز .

٦ – أن تكون جميع التوصيلات الكهربائية داخل مواسير معزولة من الصلب السميك الملحوم ، كما يجب توصيلها بالأرض .

٧ – أن تكون محولات التيار مغطاة بأغطية محكمة بحيث لا تتسرب إليها مياه الأمطار ، وأن تكون جيدة التهوية .

٨ – أن يزود مكان الإعلان المركب على أسطح المبانى أو المباشر على اللوحات أو الحوامل المثبتة فى الحوائط على واجهات المحال بعدد من أجهزة وأدوات إطفاء الحريق ، الذى ترى الجهة المختصة بالترخيص لزومه ، وذلك من الأنواع الآتية :

- جهاز إطفاء حريق الكهرباء .

- جهاز إطفاء مائى سعة ١٠ لتر (م ٣ من اللائحة) .

ثالثا : الشروط المتعلقة بالرسوم التى يجب على طالب الترخيص بمباشرة الإعلان سدادها :

يلتزم طالب الإعلان قبل الترخيص فى الإعلان أو تجديده بأداء الرسوم الآتية :

(أ) رسم نظرى قدره خمسون قرشا عن كل إعلان أو لوحة أو سياج أو عامود إنارة أو وحدة من وحدات النقل المشترك سواء كانت قاطرة أو مقطورة أو شبكة الحقائب أعلى سيارات الأجرة ، ولا يرد هذا الرسم فى حالة رفض طلب الترخيص أو طلب تجديده .

(ب) رسم قدره عشرة قروش عن كل متر مربع من مساحة الإعلان ، حتى ولو كان متغيرا لأية مدة يباشر فيها الإعلان لغاية سنة ، وإذا كان للإعلان

أكثر من وجه واحد ، يؤدى الرسم عن كل وجه بحسب مساحته .

(ج) رسم قدره جنيهان عن كل متر مربع من مساحة الإعلان الذى يباشر فيها الإعلان لغاية سنة .

(د) رسم قدره جنيهان عن كل متر مربع من مساحة الإعلان الذى يباشر على النفق لأية مدة يباشر فيها الإعلان لغاية سنة .

(ه) رسم قدره جنيهان و ٥٠٠ مليم عن الإعلانات المباشرة من الداخل أو الخارج على كل وحدة من وحدات النقل سواء أكانت قاطرة أو مقطورة ، وذلك عن أية مدة يباشر فيها الإعلان لغاية سنة .

وتحدد مساحة الإعلان بالأبعاد الخارجية للوحدات بما فى ذلك الزخارف والإطارات – إن وجدت – وإذا بوشر الإعلان بالنقش أو الكتابة أو الأحرف المجسمة غير المحدودة بإطار فتكون مساحة

الإعلان عبارة عن مساحة المستطيل الشامل للإعلان المباشر .

وفى جميع الحالات تعتبر كسور المتر مترا (م ٧ من اللائحة) .

المبحث الثانى
ضوابط الإعلان
(حالات الإعفاء والحظر)

أولا – حالات الإعفاء من الحصول على الترخيص بمباشرة الإعلان :

هناك بعض الحالات التى يعفى فيها مباشر الإعلان من طلب الترخيص ، وهى :

١ – التركيبات أو اللوحات أو الوسائل غير المضاءة كهربائيا والموضوعة على المحال العامة أو التجارية أو الصناعية أو الملاهى أو الأماكن المعدة

لمزاولة إحدى المهن ، وذلك بقصد الإعلان عن العمل الذى يزاول فيها ، على ألا يزيد ما يوضع أو يباشر منها على إعلان واحد لكل واجهة مستقلة ، وبشرط ألا تجاوز حدود المحل ، ولا تبرز عن واجهة البناء المثبتة به بأكثر من ٢٠ سنتيمترا ، مع مراعاة ألا يقل ارتفاع حافتها السفلى عن ثلاثة أمتار من سطح الطريق إذا زاد هذا البروز عن ٥ سنتيمترات .

ويجوز وضع لوحة أو لافتة أخرى حاملة للاسم على أحد جوانب المداخل العمومية للمبنى ، وبشرط ألا تزيد أبعادها عن ٣٠ × ٤٠ سم ، ولا يجاوز بروزها ٥ سم .

(٢) الإعلانات الموضوعة داخل فترينات العرض لتعلن عن أنواع السلع أو المهن أو الصناعات متى كانت متعلقة بالتجارة أو المهنة أو الصناعة التى تزاول فى المحال .

(٣) الإعلانات المباشرة على وسائل النقل الخاصة بالمؤسسة أو المصنع أو المحل التجارى متى كان الإعلان متعلقا بالاسم أو نوع العمل أو التجارة الذى يزاوله .

(٤) الإعلانات المباشرة على الأجهزة والوسائل المرخص بها لتعلن عن نوع المواد أو السلع أو الغرض المخصصة من أجله كطلمبات البنزين وموازين الأشخاص والثلاجات وغيرها .

(٥) الإعلانات المباشرة على العلب أو الأغلفة أو ما فى حكمها التى تستعمل لأغراض تجارية أو صناعية أو صحية للاستهلاك الشخصى ، ولو وضعت على جوانب المحال التجارية أو المطاعم .

(٦) إعلانات البيع أو الإيجار الخاصة بالعقارات ذاتها .

(٧) الإعلانات والبلاغات والنشرات وغيرها الصادرة من السلطة العامة ، أو التى يقضى بها القانون .

(٨) الإعلانات التى تباشرها الهيئات الدينية والخيرية والصحية ، إذا كانت متعلقة بالأغراض المنشأة من أجلها هذه الهيئات .

(٩) الإعلانات الانتخابية .

(١٠) الإعلانات والتركيبات التى تقام فى المناسبات العامة كالأعياد الدينية والقومية أو المهرجانات الرياضية أو الثقافية أو الاجتماعية .

ويلاحظ أنه لا يجوز مباشرة الإعلانات فى الحالات الثلاث الأخيرة إلا بعد موافقة السلطة المختصة طبقا للشروط ، وفى المدة التى تحددها لذلك ، ويتعين إزالتها وإعادة الحالة إلى ما كانت عليه خلال ثلاثة أيام من انتهاء المدة المحددة (م ٤ من قانون رقم ٦٦ لسنة ١٩٥٦) .

ثانيا - الحالات التى يحظر فيها طلب الترخيص بمباشرة الإعلان :

وفقا للمادة ٥ من القانون سالف الذكر ، فإنه يحظر مباشرة الإعلان على :

(١) المبانى الأثرية ودور العبادة والأسوار المحيطة بها .

(٢) أملاك الدولة العامة .

(٣) المبانى أو أجزاء المبانى التى تكون مخصصة لخدمة عامة تباشرها الحكومة أو الهيئات العامة الإقليمية ، أو غيرها من الأشخاص الاعتبارية العامة .

(٤) النصب والتماثيل المقامة على أرض مخصصة لخدمة عامة والمقامة على أرض مخصصة [illegible]ية العامة .

- ومع ذلك ، فإنه يجوز فى كل من الحالتين المنصوص عليهما فى البندين (٢) و (٤)

مباشرة الإعلان طبقا للشروط والأوضاع وبالرسوم التى يعينها الوزير المختص بقرار يصدره .

المبحث الثالث

التزامات طالب الترخيص بمباشرة الإعلان وجزاء مخالفتها

يلتزم طالب الترخيص بمباشرة الإعلان أن يراعى الاعتبارات المتعلقة بمظهر المدينة وتنظيمها ، وعدم إعاقة حركة المرور فيها ، ومراعاة الأمن العام ، والآداب والعقائد الدينية (م ٦ من قانون ٦٦ لسنة ١٩٥٦) .

ويكون لموظفى السلطة المختصة الذين يصدر بندبهم قرار وزارى صفة رجال الضبط القضائى فى تنفيذ أحكام هذا القانون والقرارات المنفذة ، ويكون

لهم الحق فى التفتيش على الإعلان والأجهزة الخاصة به (م ٧ من القانون) .

- ويعاقب كل من باشر إعلانا أو تسبب فى مباشرته بالمخالفة لهذا القانون والقرارات المنفذة له بغرامة لا تقل عن جنيه واحد ولا تجاوز عشرة جنيهات .

وفى حالة تعدد الإعلانات المخالفة ، ولو كانت متماثلة تتعدد العقوبة بقدر عدد المخالفات .

وفى جميع الأحوال يقضى بإزالة الإعلان وبإلزام المخالف برد الشئ إلى أصله وبأداء ضعف الرسوم المقررة على الترخيص .

فإذا لم يقم صاحب الشأن بتنفيذ الحكم الصادر بذلك فى المدة التى تحدد لهذا الغرض جاز للسلطة المختصة إجراء هذه الأعمال على نفقته ، ولا يجوز مطالبتها بأى تعويض عن أى تلف يلحق الإعلان أو الأجهزة أو غيرها .

ولصاحب الشأن خلال شهر من تاريخ إخطاره بحصول الإزالة أن يسترد الإعلان ومشتملاته بعد أداءه قيمة نفقات الإزالة وضعف الرسوم المقررة على الترخيص .

فإذا انقضى هذا الميعاد جاز للسلطة المختصة بيع الإعلان ومشتملاته بالطريق الإدارى وتحصيل المبالغ المستحقة لها .

وكل إعلان يتم فى الأحوال التى يحظر فيها مباشرة الإعلان ، أو يكون من شأنه إعاقة المرور أو تعريض سلامة المنتفعين بالطريق أو السكان أو تعريض الممتلكات للخطر أو تشويه جمال المدينة أو تنسيقها أو المساس بالآداب العامة أو بالعقائد الدينية ، يجوز للسلطة المختصة إزالته فورا ، وتحصيل نفقات الإزالة بطريق الحجز الإدارى (م ٨ من القانون) .

الباب الثانى

الأحكام القانونية لبعض عقود الإعلان

الفصل الأول

أشخاص عقود الإعلان

تمهيـــــد : يجب أن يتوافر فى كل إعـلان ثلاثـة أطراف رئيسية هى المعلن ، ووسيلة الإعلان ووكالة الإعلان ، وإلى جانب هذه الأطراف الرئيسية توجـد أطراف أخرى غير رئيسية [٦] ، ونتناول بالتفصـيل

---

[٦] والأطراف غير الرئيسية فى عقود الإعلان هى : ١ – ممثل الناشر : وهو شخص يمثل دار نشر الإعلانات ، ويقوم نيابة عنها ، بالحصول على حق بيع المساحات والأوقات الإعلانية . ٢ – مدير الإعلان : وهو الشخص الذى يتولى إدارة النشاط الإعلانى للمعلن . ٣ – مدير الإعلانات : وهو شخص يعمل فى دار نشر الإعلانات ، ويشرف على بيع الحيز الإعلانى فيها . ٤ – الإداريون : وهم الذين يعملون لدى الجهات المشتغلة بالإعلان ، ويمارسون وظائف إدارية ، سواء كانت إشرافية أو تنفيذية ، كتابية أم حسابية . ٥ – رجال البحوث : وهم الذين يقومون بدراسة الصعوبات التى تواجه الإعلان ، وتحديد مصادر المعلومات ، وإعداد التقارير اللازمة ومتابعتها . ٦ – مخططو الحملات الإعلانية : وهم الذين يستفيدون من الدراسات التى يجريها رجال البحوث ، ويعملون ، بحسب الأحوال ، لدى المعلن أو وكالة الإعلان . ٧ – مندوبو الإعلانات : وهم الوسطاء بين المعلن ودور نشر الإعلانات ، ويتولون بيع المساحات الإعلانية ، وقد لا يكون مندوب الإعلان وسيطا مستقلا ، وإنما قد يكون تابعا إما لوكالة الإعلان أو لدار النشر أو للمعلن . ٨ – فنانو الإعلانات : وهم الذين يعملون لدى المعلن أو دار نشر الإعلانات أو وكالة الإعلان ، ويقومون بالتعبير عن الأفكار الإعلانية بعبارات وصور ورسوم وأشكال ، وهم عديدون ، منهم مصمم الإعلان ، ومحرر الإعلان ومصور أو رسام الإعلان وخطاط الإعلان ومنسق الإعلان . راجع تفصيلا : المرجع السابق ، ص ٥٨ ، وما بعدها ، والمراجع المشار إليها فيه .

الحديث عن أطراف العقد الرئيسية فى ثلاثة مباحث متتالية :

المبحث الأول

المعلن

قد يكون المعلن تاجرا أو هيئة أو مصلحة حكومية أو جمعية أو فردا .

ويقوم المعلن بشراء الحيز الإعلانى من وسيلة الإعلان ، سواء كان ذلك عن طريق وكالة إعلان تتولى ذلك عنه ، أو أن يقوم بنفسه بنشاطه الإعلانى بواسطة إدارة مختصة تسمى " إدارة الإعلان " .

وقد يكون المقصود من الإعلان مخاطبة المستهلك النهائى مباشرة ، أو مخاطبة منتج آخر كالإعلان عن منتجات تامة الصنع أو نصف مصنوعة أو مواد خام تستخدم كأدوات إنتاج لدى منتجين آخرين ، وأخيرا قد يكون المقصود من الإعلان مخاطبة أشخاص مهنيين كالإعلانات التى يقوم بها

منتجو الأدوية إلى الأطباء لكى يوصـوا مرضاهم بشراء أدوية معينة [٧].

المبحث الثاني

وكالة الإعلان

تعريفها :

هى كل منشأة متخصصة تعمل فى خدمة النشاط الإعلانى ، وتقوم بتخطيط وتصميم وتنفيذ ونشر الإعلانات .

علاقة وكالة الإعلان بالمعلن :

ترتبط وكالة الإعلان مع المعلن بعقد الإعلان الذى تتولى بمقتضاه القيام بالحملات الإعلانية نيابة عنه ولحسابه .

[٧] عبد الفضيل محمد أحمد ، السابق ، ص ٦٢ وما بعدها .

(أ) طبيعة العلاقة بين وكالة الإعلان والمعلن

: تختلف طبيعة العلاقة بين المعلن ووكالة الإعـــلان بحسب الدور الذى تقوم به هذه الأخيرة .

فقد تعد وكالة الإعـــلان سمســـارا إذا اقتصـــر دورها على مجرد التقريب بـــين المعلـــن ووســـيلة الإعلان ، دون أن تتدخل فى عملية الإعلان ذاتها بأى قدر ، سواء فيما يتعلـــق بـــالتخطيط أو التصـــميم أو التنفيذ .

وقد تعد وكالة الإعلان نائبا عن المعلن ، وذلك متى باشرت إبرام العقود مع وسائل الإعـــلان باســـم ولحساب المعلن ، بحيث تنصرف إلى هذا الأخير آثار تلك العقود من حقوق والتزامات.

وقد تعد وكالة الإعلان وكـــيلا بالعمولـــة عـــن المعلن ، متى تعاملت مع وسيلة الإعلان باسمها هي ، ولحساب المعلن ، وقد تكون وكـــيلا بالعمولـــة عـــن المعلن وعن وسيلة الإعلان فى ذات الوقت ، دون أن

يكون لعلاقتها بأي منهما أي أثـر علـى التزاماتها الناشئة عن العقد الذي يربطها بالطرف الآخر [٨].

وأخيرا قد تعد وكالة الإعلان فـى علاقتها بالمعلن مقاولا ، وذلك متى قامت بالخدمة الإعلانية فى جميع مراحلها .

(ب) التزامات وكالة الإعلان فـى مواجهة المعلن :

تلتزم وكالة الإعلان بالعديد من الالتزامات فـى مواجهة المعلن ، من أهمها :

١ – عمل الدراسات اللازمة عـن المنتجات المراد الإعلان عنها ، والظـروف التنافسية التـى تخضع لها .

٢ – إعداد وتخطيط وتنفيذ الحملات الإعلانية .

---

[٨] وسوف نتناول عقد الوكالة بالعمولة الذى يربط وكالة الإعلان بالصحيفة ، وهى إحدى وسائل الإعلان لاحقا .

٣ – متابعة الحملات الإعلانية من حيث حسن التنفيذ ، ودرجة قبول الإعلان لدى جمهور المستهلكين .

٤ – تقديم كشف حساب عن كل ما يتعلق بالنواحى المالية الخاصة بالإعلان .

ولا تلتزم وكالة الإعلان فى عملها إلا ببذل عناية ، ولذلك لا يجوز للمعلن مسائلتها فى حالة عدم نجاح الإعلان ، متى لم يثبت وجود خطأ فى جانبها .

(ج) التزامات المعلن فى مواجهة وكالة الإعلان :

الالتزام الرئيسى للمعلن فى مواجهة وكالة الإعلان هو أداء العمولة المتفق عليها بينهما ، بالإضافة إلى كافة النفقات والمصروفات التى قد تتحملها وكالة الإعلان فى سبيل إجراء الدراسات اللازمة وتصميم الإعلان ، وغير ذلك من النفقات .

(د) المسئولية المدنية لوكالة الإعلان :

تقوم المسئولية المدنية لوكالة الإعلان إذا ارتكبت خطأ في مباشرتها لعملها ، وترتب على هذا الخطأ ضرر للمعلن .

ويكون هناك خطأ فى جانب وكالة الإعـــلان إذا لم تقم بعمل الدراسات اللازمة قبل نشر الإعلان ، أو إذا لم تقم بتبصير المعلن إلى المخاطر التى قد تترتب على نشر الإعلان ، أو إذا خالفــت التزامهــا فـــى مواجهة المعلن بنشر الإعلان فى التاريخ المتفق عليه مما يصيبه بضرر .

المبحث الثالث

وسيلة الإعلان

كما أشرنا من قبل ، فإن هناك العديد من وسائل الإعلان إلى جانب الإعلانات الثابتة التى نظمها المشرع فى قانون رقم ٦٦ لسنة ١٩٥٦ ، ومن أهمها الصحافة المكتوبة ، والراديو والتلفزيون .

المطلب الأول

الإعلان عن طريق الصحافة المكتوبة [٩]

تمهيد : تعد الصحافة المكتوبة أحد أهم وسائل نشر الإعلان ، لما تتميز به من انتشار وتداول فى أيدى معظم الجمهور ، مع قلة تكلفتها مقارنة بغيرها

[٩] راجع فى ذلك تفصيلا : مدحت محمد محمود عبد العال ، المسئولية المدنية الناشئة عن ممارسة مهنة الصحافة ، رسالة دكتوراه ، حقوق القاهرة ، ١٩٩٤ ، ص ١٤٨ وما بعدها ، عبد الفضيل محمد أحمد ، السابق ، ص٦٦ وما بعدها .

من وسائل الإعلان الأخرى ، فضلا عن تعدد وكثرة الصحف المكتوبة المتخصصة فـــى نشـــر إعلانـــات خاصة بطوائف أو فئات أو مهن معينة ، حيث أصبح بوسع أى مهنى كالطبيب أو المهندس أو المحامى أو غيرهم أن يعلن عن نشاطه فى هذه الصحف .

ومن ناحية أخرى ، فإن الإعلان يعد من أهــم مصادر دخل الصحيفة ، لأن المعلـــن يقـــدر أهميـــة الإعلان عن منتجاته وخدماته فى الصحيفة ، حيـــث تصل إلى المستهلك فى أى مكان سواء داخل حـــدود الدولة أو خارجها .

المطلب الثاني

الإعلانات الإذاعية

ويقصد بها الإعلان سواء عن طريق الراديو ، وهو ما يعرف بالإذاعة السمعية ، أو التلفزيون وهو ما يعرف بالإذاعة المرئية .

وتعتمد الإعلانات السمعية التي تتم عن طريق الراديو ، على الأداء الصوتي الذي يكون مصحوبا ، غالبا ، بالموسيقى ، وكلاهما يكون ذا أثر بالغ في نفوس المستمعين .

وأهم ما يميز هذه الوسيلة من وسائل الإعلان هو ضمان انتشار الإعلان بين قاعدة عريضة من أفراد المجتمع من مختلف الفئات والأعمار .

أما الإعلانات السمعية البصرية التي تتم بطريق التلفزيون ، فتتميز بأنها تجمع بالإضافة إلى مميزات

الإعلان بالراديو بعناصر تأثير خاصة بهـــا ، بمـــا تتضمنه من تجسيد المنـــتج بالصـــوت والصـــورة ، والأداء الحركى ، وهو ما يجعل الإعلان التلفزيـــونى أهم وسائل الإعلان على الإطلاق .

تنظيم الإعلانات التجارية التى تتخلل المصنفات الفنية (المصنفات السمعية والسمعية البصرية) :

فى شأن تنظيم الإعلانات التجارية التى تتضمنها المصنفات الفنية ، نصت المادة ٨ مكرر من قـــانون رقم ٤٣٠ لسنة ١٩٥٥ بشأن تنظـــيم الرقابـــة علـــى المصنفات ، والتى أضيفت بالقانون رقـــم ٣٨ لســـنة ١٩٩٢ على أنه " يصدر وزير الثقافة قرارا بتنظـــيم الإعلانات التجارية التى تتضمنها المصنفات السمعية والسمعية البصرية ، وتحديد نوعها ومكانها ومـــدتها بحيث لا تخل بمستوى المصنف الفنى " .

وقد استحدث المشرع هذا النص بهدف وضـــع حد لإذاعة الإعلانات التجارية أثناء عرض المصنفات

السمعية والسمعية البصرية ، بصورة تؤدى إلى قطع السياق الفنى للمصنف ، بما قد يدفع المشاهد إلى العزوف عن متابعته .

وتنفيذا لهذا النص صدر قرار وزير الثقافة رقم ٣٠٧ لسنة ١٩٩٢ فى شأن تنظيم الإعلانات التجارية فى المصنفات السمعية والسمعية والبصرية ، حيث نص فى مادته الأولى على أنه "يحظر عرض الإعلانات التجارية أو غيرها من وسائل الدعاية خلال عرض أى من المصنفات السمعية والسمعية البصرية إلا فى حدود خمس دقائق قبل بدء العمل الفنى وخمس دقائق فى منتصفه ، ولا يجوز بأى حال من الأحوال قطع السياق الدرامى للعمل الفنى لعرض هذه الإعلانات ، وفى تطبيق حكم الفقرة السابقة يعد عملا فنيا مستقلا كل فصل من فصول المسرحيات "[١٠].

---

[١٠] الوقائع المصرية ، ع ١١ ، ١٣ يناير ١٩٩٣ .

ووفقا لهذا القرار الوزارى يكون الحد الأقصى لزمن عرض الإعلانات التجارية التى تتضمنها المصنفات السمعية والسمعية البصرية هو عشر دقائق مقسمة إلى خمس دقائق قبل بدء العمل الفنى وخمس دقائق أثناء عرضه ، بشرط ألا يترتب على إذاعة الإعلان أثناء عرض المصنف الفنى إلى قطع السياق الدرامى لهذا الأخير .

ويلاحظ أنه يجب أن تكون مدة عرض الإعلانات متصلة ، فلا يجوز توزيع المدة المرخص بالإعلان خلالها إلى فترات متعددة على مدار مدة عرض العمل الفنى .

كما يلاحظ أن المشرع قد اعتبر كل فصل من فصول المسرحة عملا فنيا مستقلا فى تطبيق هذه الأحكام ، بما يعنى أنه يجوز إذاعة الإعلانات التجارية خلال كل فصل مسرحي لمدة عشرة دقائق مقسمة إلى فترتين كما سبق القول أي خمس دقائق

قبل عرض كل فصل مسرحي وخمس دقـــائق أثنـــاء عرضه ، وذلك باعتباره عملا فنيا مستقلا كما نـــص على ذلك قرار وزير الثقافة [١١].

[١١] يرجع في ذلك : خاطر لطفي ، الموسوعة العامة في قوانين حماية حق المؤلف والرقابة على المصنفات الفنية دراسة فقهية وعملية ، ١٩٩٤ ، ص ٢٦٣ وما بعدها.

الفصل الثاني

النظام القانوني للإعلان

عن طريق الصحافة المكتوبة

تقسـيم :

تقتضى دراسة النظام القانوني للإعـلان عـن طريق الصحافة المكتوبة أن نعرض لذلك من خـلال ثلاثة مباحث :

المبحث الأول : صور التعاقد بـين الصـحيفة والمعلن .

المبحث الثاني : عقود الإعلان التـى تبرمهـا الصحيفة .

المبحث الثالث : مسئولية الصحيفة عن الإعلان

المبحث الأول

صور التعاقد بين الصحيفة والمعلن

قد يتم التعاقد بين الصحيفة والمعلن بصورة مباشرة ، وقد يتم بصورة غير مباشرة عن طريق وكالة الإعلان .

أولا : التعاقد المباشر بين الصحيفة والمعلن :

وتعد هذه الصورة من صور التعاقد هى الأكثر يسرا بالنسبة للمعلن ، حيث يلجأ إلى الصحيفة مباشرة ، ويكون ذلك ، غالبا ، بخصوص الإعلان عن المناسبات الاجتماعية كالزواج والوفيات .

ويتميز العقد المبرم بين الصحيفة والمعلن فى هذه الصورة ، من ناحية ، بأنه عقد رضائى ، حيث يكفى توافر الرضاء بين الطرفين ، دون حاجة إلى توفر شكل معين لإبرام العقد ، ومن ناحية ثانية ، بأنه ملزم للجانبين ، حيث يلتزم المعلن بأن يضع بين

يدى الصحيفة كافة البيانات المتعلقة بالإعلان المراد نشره ، كما يلتزم بأداء المقابل الذى يتفق عليه ، بينما تلتزم هى بنشر الإعلان فى التاريخ والموضع والمساحة المتفق عليها .

ويعتبر العقد المبرم بين الصحيفة والمعلن فى هذه الحالة عقد مقاولة ، حيث يعد هذا الأخير بمثابة رب العمل ، بينما تعد الصحيفة بمثابة العامل .

ويترتب على ذلك أنه يجوز للصحيفة عدم قبول نشر الإعلان سواء لعدم وجود مساحة متاحة للنشر ، أو لأن من شأن نشر الإعلان تعريض الصحيفة للمسئولية الجنائية أو المدنية .

ثانيا : التعاقد غير المباشر بين الصحيفة والمعلن (التعاقد عن طريق وكالة الإعلان) :

تعتبر هذه الصورة هى الأولى بخصوص الإعلان عن المشروعات الكبرى ، حيث يقتضى الإعلان عنها تنظيم حملات إعلانية عن طريق طرف

محترف فى مجال الخدمات الإعلانية ، وهو وكالة الإعلان ، فيلجأ المعلن إليها بدلا من التعاقد مباشرة مع الصحيفة .

وتعد وكالة الإعلان فى هذه الصورة وسيطا بين المعلن والصحيفة ، وقد تعمل لحسابها ، وقد تعمل لحساب الصحيفة ، فتتلقى الإعلانات بدلا منها ، وتحصل لها أجر النشر .

وتعد وكالة الإعلان فى هذه الحالة الأخيرة بمثابة وكيل بالعمولة ، حيث تعمل باسمها ولحساب الصحيفة ، وكلما استطاعت التعاقد على أكبر عدد من الإعلانات كلما زادت عمولتها .

المبحث الثانى

عقود الإعلان التى تبرمها الصحيفة

(أولا) عقد الوكالة بالعمولة بين الصحيفة ووكالة الإعلان :

الترخيص بقبول الإعلانات :

أشرنا حالا إلى أن وكالة الإعلان تكون بمثابة وكيل بالعمولة حين تعمل لحساب الصحيفة التى تمنحها الترخيص بقبول الإعلانات بوصفها وكيلا بالعمولة عنها .

ويتفاوت مدى الترخيص الذى تمنحه الصحيفة لوكالة الإعلان ، سواء من حيث النطاق أو من حيث الموضوع .

فمن حيث نطاق الترخيص بقبول الإعلان ، قد يكون الترخيص مقتصرا على نطاق مدينة معينة ،

وقد يشمل إقليم الدولة بأكمله ، وقد يمتد إلى دول أخرى .

ومن حيث موضوع الإعلان ، قد تمنح الصحيفة وكالة الإعلان الترخيص فى قبول أى إعلان بصرف النظر عن موضوعه ، وقد تحتفظ لنفسها بحق التعاقد المباشر بخصوص إعلانات معينة ، ولا يكون لوكالة الإعلان بالنسبة لهذه الإعلانات حق التعاقد بدلا عن الصحيفة .

ويتوقف مدى الترخيص الممنوح من الصحيفة إلى وكالة الإعلان على عدة عناصر ، منها رغبة الصحيفة فى إبرام العقود مباشرة فى بعض الأماكن ، أو بخصوص بعض الموضوعات ، كما يتوقف على مدى قدرة وكالة الإعلان على إبرام العقود لصالح الصحيفة ، فكلما زادت قدرتها على ذلك كلما اتسع مدى الترخيص الممنوح لها من الصحيفة .

التزامات الصحيفة : أداء العمولة إلـى وكالـة الإعلان :

تلتزم الصحيفة بأن تؤدى إلى وكالـة الإعـلان العمولة التى تستحقها من الصحيفة ، لقاء العقود التى تبرمها لصالحها ، والغالب أن تقوم وكالـة الإعـلان بخصم هذه العمولة من أجر النشر الذى يؤديه المعلن لها .

وقد تأخذ العمولة صورة مبلغ محدد ، وقد تأخذ صورة مبالغ متغيرة بحسب عدد الإعلانـات التـى تتعاقد وكالة الإعلانات بشأنها .

ويدخل فى تحديد مبلغ العمولة نفقات السمسـرة التى تؤديها وكالة العمولة إلى الوسطاء الذين تستعين بهم الوكالة للحصول على الإعلانات .

التزامات وكالة الإعلان فى مواجهة الصحيفة :

١ - تلتزم وكالـــة الإعـــلان بتنفيـــذ تعليمـــات الصحيفة فيما يتعلق بتحديد سعر نشر الإعلان ، حيث لا يجوز لها أن تقوم هى بتحديد هذا السعر .

وتحدد الصحيفة عادة سعر النشر بمبلغ محـــدد عن كل سطر يخصص للإعلانات ، ويمثل هذا السعر الحد الأدنى الذى تقبله الصحيفة عن نشر الإعلان .

فإذا حددت الصحيفة الحد الأدنى لسعر النشـــر على هذا النحو ، فإنه يثور التساؤل حول قيام وكالـــة الإعلان بمخالفة تعليمات الصحيفة فى هذا الخصوص ، وهو ما يحدث إما بالاتفاق على سعر أقـــل بمـــا لا يضر بمصلحة الصحيفة أو على نحـــو يـــؤدى إلـــى الإضرار بمصلحة الصحيفة .

ففى الحالة الأولى ، حيث تتفق وكالة الإعـــلان على سعر للنشر أقل مما حددته الصـــحيفة ، تلتـــزم وكالة الإعلان بتحمـــل فـــرق الســـعر ، ولا يجـــوز

للصحيفة رفض نشر الإعلان حينئذ. أما إذا رفضت وكالة الإعلان تحمل فرق السعر ، جاز للصحيفة عدم قبول نشر الإعلان .

أما فى الحالة الثانية ، حيث يؤدي عدم اتباع وكالة الإعلان تعليمات الصحيفة إلى الإضرار بمصلحة هذه الأخيرة ، بما يؤثر على حجم الإعلانات التى تعرض على الصحيفة ، ففى هذه الحالة يجوز لها – أي للصحيفة – عدم قبول نشر الإعلانات التى تتعاقد عليها وكالة الإعلان بهذه الصورة ، حتى لو عرضت وكالة الإعلان تحمل فارق السعر ، كما يجوز أيضا للصحيفة فسخ العقد المبرم بينها وبين وكالة الإعلان .

٢ – كما تلتزم وكالة الإعلان ، أحيانا ، بضمان حصول الصحيفة على مقابل نشر الإعلان ، ويكون ذلك بمقتضى بند فى عقد الوكالة بالعمولة ، حيث تكون وكالة الإعلان بمثابة " الوكيل بالعمولة الضامن

" ، ويقدم هذا الشرط ميزة للصحيفة حيث يجنبها مخاطر إعسار المعلن .

انقضاء عقد الوكالة بالعمولة بين الصحيفة ووكالة الإعلان :

قد ينقضى عقد الوكالة بالعمولة بانتهاء مدته ، إذا كان محدد المدة ، وقد ينتهى بالإرادة المنفردة لأحد طرفيه ، إذا كان هناك نص على تجديده بموافقة الطرفين ، ورفضت الصحيفة تجديده ، ولا يكون لوكالة الإعلان الحق فى التعويض فى هذه الحالة .

كما يلاحظ أنه يجوز للصحيفة أن تحصل على مقابل نشر الإعلانات من المعلنين الذين يظلون على علاقة معها بعد انقضاء عقد الوكالة بالعمولة ، دون أن يكون لوكالة الإعلان الحق فى المطالبة بالعمولة عن هذه الإعلانات ، لأن هذا الحق يزول بانقضاء دورها فى الوساطة بين الصحيفة والمعلنين .

(ثانيا) عقد إيجار المساحات الإعلانية في الصحيفة :

أطراف العقد : يبرم هذا العقد بين الصحيفة ، من ناحية ، حيث تأخذ مركز المؤجر ، وبين وكالة الإعلان أو شركة الإعلان أو أية مؤسسة تجارية أو نقابية ، من ناحية أخرى ، تأخذ مركز المستأجر .

وبمقتضى هذا العقد تتنازل الصحيفة عن حق الانتفاع ببعض مساحات من الجريدة إلى الطرف الثانى الذى يجوز له إما استغلال هذه المساحات لصالحه أو تأجيرها من الباطن للغير ، إن أجاز له عقد الإيجار المبرم بينه وبين الصحيفة ذلك ، وفي هذا الفرض الأخير نكون بصدد عقدين للإيجار ، الأول هو عقد الإيجار الأصلى المبرم بين الصحيفة وبين وكالة الإعلان أو شركة الإعلان ، والثانى هو عقد الإيجار من الباطن الذى يبرم بين هذه الأخيرة وبين الغير .

التزامات أطراف العقد :

(أ) **التزامات المستأجر :** يلتزم المستأجر بالعديد من الالتزامات فى مواجهة الصحيفة ، فمن جهة ، يلتزم بالانتفاع بالمساحة الإعلانية المستأجرة بالضوابط المحددة فى العقد ، فإن لم تكن هناك ضوابط محددة فى العقد ، فإن المستأجر يتقيد بما يقضى به العرف الصحفى . ومن هذه الضوابط مراعاة السياسة العامة للصحيفة ، وعدم نشر إعلانات من شأنها أن تثير مسئولية الصحيفة .

ومن جهة ثانية ، يلتزم المستأجر بدفع قيمة الإيجار إلى الصحيفة فى الموعد المتفق عليه ، وهو عادة مبلغ ثابت ، ولكن قد ينص فى العقد على قابلية هذا المبلغ للزيادة أو النقصان بحسب ما قد يطرأ من زيادة أو نقص فى طبع نسخ الصحيفة .

ويتم حساب مساحة الإعلان على أساس إحصاء عدد الأسطر والأعمدة التى يشغلها الإعلان ، ويعتبر

السطر غير المكتمل الذى ينتهى بإحدى الفقرات سطرا كاملا . وإذا استغرق نشر الإعلان صفحة كاملة أو نصف صفحة ، فإن سعر النشر يقدر بصورة جزافية .

ويترتب على عدم أداء الأجرة المتفق عليها فى الموعد المحدد أنه يجوز للصحيفة أن تطلب فسخ العقد ، كما يجوز أن ينص فى العقد على اعتباره مفسوخا من تلقاء نفسه ، ودون حاجة إلى إعذار ، إذا انقضت مدة معينة على عدم الوفاء بالأجرة .

(ب) التزامات المؤجر " الصحيفة " : تلتزم الصحيفة بتمكين المستأجر من الانتفاع بالشئ المؤجر ، وهو المساحة الإعلانية محل العقد ، ولذلك لا يجوز لها القيام بأى عمل من شأنه أن يعوق المستأجر عن مباشرة حقه حسب ما هو متفق عليه فى العقد المبرم بينهما .

انقضاء عقد الإيجار :

ينتهى عقد إيجار المساحة الإعلانية بانتهاء المدة المحددة فى العقد ، ودون حاجة إلى التنبيه بالإخلاء (م ٥٩٨ مدنى) ؛ وذلك ما لم يستمر المستأجر منتفعا بالعين المؤجرة – المساحة الإعلانية – بعلم المؤجر ، ودون اعتراض منه ، فإن العقد يتجدد ضمنيا بشروطه الأولى (م ٥٩٩ مدنى) .

كما قد ينتهى العقد بإخلال أى من الطرفين بالتزاماته ، حيث يجوز للطرف الآخر طلب فسخ العقد والتعويض إن كان له مقتضى (م ١٥٧ / ١ مدنى) .

المبحث الثالث

مسئولية الصحيفة عن الإعلان

عناصر الإعلان المحددة للمسئولية :

تتحدد مسئولية الصحيفة عن نشر الإعلان فـــى ضوء العديد من العناصر التى يحددها طالب الإعلان أو وكالة الإعلان – بحسب الأحـــوال - فـــى أمـــر الإعلان الذى يصدر إلى الصحيفة ، وتتمثـــل هـــذه العناصر فى :

١ – **تاريخ النشر** : حيث أن طالب الإعلان هو الذى يحدد التاريخ الأكثر ملاءمـــة للإعـــلان عـــن منتجاته أو خدماته ، من ذلك أن يهـــدف إلـــى نشـــر الإعلان أثناء إقامة أحد المعارض الخاصة بالمنتجات أو الخدمات التى يعمل فى مجالها ، أو أن يرغب فى نشر الإعلان على مدار أيام الأسبوع ، أو أن يقتصر الإعلان على العدد الأسبوعى للصحيفة .

ويلاحظ أنه يجب على طالب الإعلان أن يخطر الصحيفة بالتاريخ الذى يرغب فى نشر الإعلان خلاله ، ويراعى أن يكون هذا الإخطار فى وقت كاف ، بحيث يتيح للصحيفة نشر الإعلان فى التاريخ المحدد ، ونفس الأمر ينطبق فى حالة قيام طالب الإعلان بتعديل تاريخ نشر الإعلان ، حيث يجب عليه أيضا إخطار الصحيفة بذلك فى وقت مناسب .

٢ – **موضع النشر** : يحدد طالب الإعلان غالبا الموضع الذى يفضل نشر الإعلان فيه ، كأن يرغب فى نشر الإعلان فى الصفحة الأولى ، أو على رأس أحد الأعمدة التى تتمتع بقبول لدى قراء الصحيفة . وبالمقابل ، يستبعد طالب الإعلان نشر إعلانه بجوار إعلانات عن سلع أو منتجات أخرى منافسة ، أو فى ذات الوقت الذى تنشر فيه هذه الإعلانات .

٣ – **تفاصيل الإعلان** : يجب أن يتضمن الإعلان مكوناته التفصيلية ، ولذلك يدرج طالب

الإعلان عادة كافة البيانات والتفاصيل المراد الإعلان عنها ، ويكون ذلك عن طريق تقديم نموذج الإعلان إلى الصحيفة .

صور المسئولية :

قد تقوم المسئولية المدنية للصحيفة ، وقد تقوم كذلك المسئولية الجنائية .

(أولا) المسئولية المدنية :

١ - المسئولية العقدية للصحيفة عن الإعلان :

يترتب على إخلال الصحيفة بأحد الالتزامات الناشئة عن عقود الإعلان التى تبرمها قيام مسئوليتها العقدية ، ومن أمثلة ذلك عدم نشر الإعلان فى الموضع والحجم والتاريخ المتفق عليه ، كأن يكون الإعلان بخصوص عرض خاص لمنتج أو سلعة معينة يسرى لفترة محدودة ، وتنقضى هذه الفترة دون أن تقوم الجريد بنشر الإعلان ، أو أن تقوم الصحيفة بنشر الإعلان فى مكان غير ظاهر خلاف المتفق

عليه ، ومن أمثلة ذلك أيضا أن تقوم الصحيفة بنشـــر إعلان أخر منافس فى الوقت الذى التزمت فيـــه فـــى العقد بعدم نشر إعلانات منافسة خلال مدة معينـــة ، مما يترتب عليه حدوث ضرر للمعلن ، ويجوز للمعلن فى هذه الحالة أن يرجع على الصحيفة على أســـاس دعوى المنافسة غير المشروعة .

ويجب فى جميع الأحوال أن يثبت هذا الأخيـــر الخطأ فى جانب الصحيفة حتى تقوم مسئوليتها العقدية فى مواجهته .

٢ - المسئولية التقصيرية للصحيفة :

ويتحقق هذا النوع من المسئولية نتيجة إخـــلال الصحيفة بواجباتها العامة التى يجب عليها أن تلتـــزم بها فى مباشرتها لنشاطها الإعلانى بوجه عام .

ومن الأمثلة على ذلك نشر إعلانات مضـــللة أو كاذبة يترتب عليها إيهام الجمهور وإيقاعه فى غلـــط يدفعه إلى التعاقد مع المعلن .

فالمسئولية عن الإعلانات المضللة ليست فقط مسئولية المعلن أو وكالة الإعلان ، وإنما كذلك مسئولية الصحيفة ، ولكن يلاحظ أن هذه المسئولية لا تقوم بالنسبة للصحيفة إلا إذا كان هناك خطأ جسيم فى جانبها ، لأنه لا يدخل فى النشاط الإعلانى للصحيفة أن تتحقق من سلامة كل البيانات المتعلقة بالمنتج أو السلعة المعلن عنها ، ولذلك لا تقوم مسئوليتها إلا إذا كانت هناك ظروف وملابسات معينة ، كأن تتلقى الصحيفة شكاوى من المواطنين أو تنبيها من جهة حكومية بخصوص المنتج محل الإعلان ، فإذا قامت الصحيفة بنشر الإعلان بالرغم من هذه الظروف فإن مسئوليتها التقصيرية تتحقق فى هذه الحالة .

(ثانيا) المسئولية الجنائية :

تنص المادة ١٩٥ من قانون العقوبات المصرى على أنه " مع عدم الإخلال بالمسئولية الجنائية بالنسبة لمؤلف الكتابة أو واضع الرسم أو غير ذلك من طرق

التمثيل يعاقب رئيس تحريـــر الجريـــدة أو المحــرر المسئول عن قسمها الذى حصل فيه النشر ، إذا لـــم يكن ثمة رئيس تحرير ، بصفته فاعلا أصليا للجرائم التى ترتكب بواسطة صحيفته ، ومع ذلك يعفى مــن المسئولية الجنائية :

١ – إذا أثبت أن النشر حصل دون علمه ، وقدم منذ بدء التحقيق كل ما لديه من المعلومات والأوراق للمساعدة على معرفة المسئول عما نشر .

٢ – أو إذا أرشد ، فى أثناء التحقيـــق ، عــن مرتكب الجريمة ، وقدم كل ما لديه من المعلومـــات والأوراق لإثبات مسئوليته ، وأثبت فوق ذلك أنه لو لم يقم بالنشر ، لعرض نفسه لخسارة وظيفته فى الجريدة أو لضرر جسيم آخر " .

ووفقا لهذا النص ، فإنه عندما يشكل الإعـــلان جريمة ، تقوم المسئولية الجنائية المفترضة لـــرئيس التحرير عن الإعلان ، وذلك لأن مـــن واجباتـــه أن

يشرف على جميع محتويات الجريدة ، ومنع كل ما من شأنه أن يمثل جريمة ، فإن لم يفعل كان فاعلا أصليا للجريمة ، ولو لم يكن قد اطلع عليه .

وتقتصر المسئولية المفترضة للقصد الجنائى لدى رئيس التحرير على ما يقع سواء من المحررين أو من رئيس التحرير الفعلى .

ويستطيع رئيس التحرير أن يدفع مسئوليته بسبب الجنون أو الغيبوبة أو الضرورة أو الإكراه الأدبى ، أو وفقا للحالتين المنصوص عليهما فى المادة ١٩٥ عقوبات .

ويلاحظ أن مسئولية رئيس التحرير عن الإعلان الذى يمثل جريمة ، لا يخل بالمسئولية الجنائية لمؤلف الكتابة أو واضع الرسم ، أو أى مساهم فى الإعلان .

الباب الثالث

أهم الحقوق المتصلة بالإعلان
والحماية القانونية لها

تمهيد :

نتناول فى هذا الباب دراسة لأهم الحقوق المتصلة بالإعلان ، والحماية القانونية المقررة لكل منها .

ويقتضى ذلك تقسيم الدراسة إلى ثلاثة فصول كما يلى :

الفصل الأول : الإعلان وحق المؤلف .

الفصل الثانى : الإعلان وحرمة الحياة الخاصة .

الفصل الأول
الإعلان والحقوق الذهنية أو المعنوية

ويقصد بها تلك الحقوق التى ترد على أشياء ذهنية غير حسية ترد عن ذهن الإنسان ، وهى تنقسم إلى نوعين : الأول هو الحقوق الأدبية والفنية ، وهذه ينظمها المشرع المصرى بالقانون رقم ٣٥٤ لسنة ١٩٥٤ ، والمعدل بالقانون رقم ٣٨ لسنة ١٩٩٢ ، والثانى هو الحقوق التجارية والصناعية ، وهذه الحقوق لا يقتصر تنظيمها على القانون الداخلى ، وإنما تنظمها كذلك الاتفاقيات والمعاهدات الدولية .

ويتصل الإعلان اتصالا وثيقا بالحقوق الذهنية أو المعنوية ، سواء تمثل ذلك فى الحق الأدبى للمؤلف ، أو فى الحقوق التجارية والصناعية .

المبحث الأول

الإعلان والحق الأدبى للمؤلف

تعريف الحق الأدبى لمؤلف المصنف الإعلانى وأركانه :

يقصد بالحق الأدبى أو الفنى للمؤلف تلك السلطة التى يستأثر بها شخص يسمى بالمؤلف أو المبتكر على مصنف أدبى ناتج عن فكره ، بحيث ينسب هذا المصنف إليه ، ويكون له حق الاستغلال المالى له .

ويتضح من هذا التعريف أن للحق الأدبى للمؤلف ركنين يلزم توافرهما بوجه عام ، الأول هو المصنف الأدبى أو الفنى ، والثانى هو المؤلف أو المبتكر

وفى نطاق الإعلان يمكن القول بضرورة توافر هذين الركنين :

الركن الأول - المصنف أو المبتكر الإعلانـــى :

ويقصد به المنتج الإعلانى المبتكر الصادر عن العقل البشرى ، ويشترط فى هذا المصنف الإعلانى ، حتى يتمتع بالحماية القانونية ، أن يأخذ صورة مادية ، وأن يكون معدا للنشر ، وهو ما أشارت إليه المادة الأولى من قانون ٦٦ لسنة ١٩٥٦ ، فـــى تعريفهـــا للإعلان ، حيث قررت أنه " أية وسيلة أو تركيبة أو لوحة صنعت من الخشب أو المعـــدن أو الـــورق أو القماش أو البلاستيك أو الزجاج أو أية مادة أخـــرى ، وتكون معدة للعرض أو النشر بقصد الإعلان بحيـــث تشاهد من الطريق أو خارج وسائل النقل العام " .

كما يشترط فى المصنف أو المبتكر الإعلانى أن يتمتع بقدر من الابتكار ، لأن ابتكار المصـــنف هـــو الذى يجعله جديرا بالحماية القانونية .

ويعد المصنف الإعلانى مبتكرا متى ظهرت فيه شخصية المؤلف ، ولا يلزم أن تكون فكرة الإعلان غير معروفة من قبل ، وإنما يمكن أن يكون هناك تناول جديد لفكرة معروفة من قبل ، ولا يحول ذلك دون توافر عنصر الابتكار فى المصنف الإعلانى .

ويلاحظ أنه ليست هناك درجة معينة من الابتكار يلزم توافرها فى الإعلان ، فأى قدر من الابتكار يعد كافيا لحماية المصنف أو المبتكر الإعلانى ، وهو ما نصت عليه المادة الأولى فقرة ١ من قانون حماية المؤلف رقم ٣٥٤ لسنة ١٩٥٤ بقولها " يتمتع بحماية هذا القانون مؤلفو المصنفات المبتكرة فى الآداب والفنون والعلوم أيا كان نوع هذه المصنفات ، أو طريقة التعبير عنها ، أو أهميتها أو الغرض من تصنيفها " .

ويخضع تقدير توافر الابتكار فى المصنف الاعلانى إلى سلطة محكمة الموضوع .

كما أنه لا يشترط في المصنف أو المبتكر الإعلاني شكل معين حتى يتمتع بالحماية القانونية ، فأيا كان الأسلوب الذى يتم به الإعلان ، سواء بأداء موسيقى أو تمثيلى أو غنائى أو غيرها فإنه يكون محلا للحماية القانونية .

وقد أوضحت ذلك المادة الثانية من قانون حماية المؤلف رقم ٣٥٤ لسنة ١٩٥٤ ، حيث أوردت العديد من المصنفات التى تتمتع بالحماية القانونية ، وهى :

* المصنفات المكتوبة .

* المصنفات الداخلة فى فنون الرسم والتصوير بالخطوط أو الألوان .

* المصنفات التمثيلية والتمثيلية الموسيقية .

* المصنفات الموسيقية سواء اقترنت بالألفاظ ، أو لم تقترن بها .

* مصنفات التصـــوير المرئيـــة والمصـــنفات السينمائية وما يماثلها من مصنفات يصدر بتحديـــدها قرار من وزير الثقافة .

* المصنفات التى تؤدى بحركات أو خطـــوات وتكون معدة ماديا للإخراج .

* المصنفات السمعية والبصـــرية التـــى تعـــد خصيصا لتذاع بواسطة الإذاعة السلكية ، أو اللاسلكية ، أو التليفزيون ، أو أجهزة عرض الأشرطة ، أو أية وسيلة تقنية أخرى .

ويلاحظ أن هذه المصنفات تكون محلا للحمايـــة أيا كان الغرض منها ، أى سواء كان أدبيا أو علميـــا أو فنيا أو حتى تجاريا كالإعلانات .

الركن الثانى – مؤلف المصـــنف أو المبتكـــر الإعلانى :

وهو ذلك الشخص الذى ابتكـــر المصـــنف أو المبتكر الإعلانى ، أيا كانت صورة هذا المصنف .

وتنص المادة من قانون رقم ٣٥٤ لسنة ١٩٥٤ على أن " للمؤلف وحده الحق فى تقرير نشر مصنفه ، وفى تعيين طريقة هذا النشر ، وله وحده الحق فى استغلال ماليا بأية طريقة من طرق الاستغلال ، ولا يجوز لغيره مباشرة هذا الحق دون إذن كتابى سابق منه أو ممن يخلفه " .

ويتضح من هذا النص أن الشخص الذى يتمتع بحماية القانون لمصنفه الإعلانى هو المؤلف ، والذى يكون له العديد من السلطات الأدبية والمالية على هذا المصنف .

فمن ناحية السلطات الأدبية ، فللمؤلف وحده سلطة نسبة المصنف الإعلانى إليه ، كما أن له سلطة تعديله ، وكذا نقله إلى الجمهور ، وأخيرا له سلطة سحب مصنفه الإعلانى .

ومن ناحية السلطات المالية ، فإن للمؤلف الحق فى الاستغلال المالى لمصنفه الإعلانى .

وإذا كان لمؤلف المصنف هذه السلطات ، فإنه يثور التساؤل حول تحديده ، ذلك أنه ليس من اليسير دائما معرفة شخص مؤلف المصنف الإعلانى .

فالمصنف الإعلانى ليس من عمل شخص واحد ، وإنما هو نتاج عمل أشخاص عديدين ، فهل يعد مؤلفا للمصنف الإعلانى مصمم الإعلان أم المعلن أم وكالة الإعلان ؟ .

للإجابة عن هذا السؤال فإنه يجب التمييز بين فرضين ، الأول أن يكون مؤلف المصنف الإعلانى شخصا واحدا ، وهى حالة المصنف الفردى ، والثانى أن يكون مؤلف المصنف الإعلانى مصنفا جماعيا .

(أولا) حالة المصنف الإعلانى الفردى :

نميز فى هذه الحالة بين علاقة وكالة الإعلان مع المعلن ، وعلاقتها مع مصمم الإعلان [١٢] .

(أ) فى العلاقة بين وكالة الإعلان والمعلن :

قد تكون وكالة الإعلان هى مؤلف المصنف الإعلانى ، وذلك فى الحالة التى تكون فيها مقاولا فى علاقتها مع المعلن .

وفى هذه الحالة لا يجوز لوكالة الإعلان أن تتنزل عن حقها الأدبى كمؤلف ، لأن هذا الحق من الحقوق اللصيقة بالشخصية ولا يجوز التصرف فيه .

كما يتميز الحق الأدبى لوكالة الإعلان كمؤلف للمصنف الإعلانى فى هذه الحالة ، أنه لا يسقط بالتقادم ، ولا يجوز الحجز عليه .

ومن ناحية أخرى ، يجوز لوكالة الإعلان

---

[١٢] عبد الفضيل محمد أحمد ، السابق ، ١٢٤ وما بعدها .

النزول عن حقها فى الاستغلال المالى للمصنف الإعلانى ، إذ تستطيع أن تباشر هذا الاستغلال إما بنفسها ، أو بواسطة الغير سواء بمقابل أم بغير مقابل ، ولذلك فإن وكالة الإعلان كمؤلف للمصنف الإعلانى يمكن أن تستغله لحساب المعلن أو أن تتنزل عن هذا الاستغلال له .

وقد نصت على الحق الأدبى للمؤلف وحقه فى الاستغلال المالى لمصنفه المادة الخامسة من قانون رقم ٣٥٤ لسنة ١٩٥٤ بقولها " للمؤلف وحده الحق فى تقرير نشر مصنفه وفى تعيين طريقة هذا النشر .

وله وحده الحق فى استغلال مصنفه ماليا ، ولا يجوز لغيره مباشرة هذا الحق إلا بعد الحصول على اذن كتابى من صاحب حق الاستغلال المالى للمصنف

الأصلى ، أو خلفائه ، ويتضمن الإذن ، طريقة ونوع ومدة الاستغلال "[١٣] .

(ب) فى العلاقة بين وكالة الإعلان ومصمم الإعلان :

كما سبقت الإشارة ، فإن مصمم الإعلان هو ذلك الشخص الذى يضع الفكرة الرئيسية التى يدور حولها المبتكر الإعلانى ، كما أنه هو الذى يضع التصور المبدئى له .

وقد يرتبط مصمم الإعلان مع وكالة الإعلان بعقد عمل ، وقد يكون مرتبطا معها بعقد مقاولة ، ويستوى أن يكون مصمم الإعلان - سواء كان رساما

---

[١٣] وهذه الفقرة الثانية من المادة الخامسة مستبدلة بالقانون رقم ٣٨ لسنة ١٩٩٢ ، وكان نصها قبل التعديل : " وله وحده الحق فى استغلال مصنفه ماليا بأية طريقة من طرق الاستغلال ، ولا يجوز لغيره مباشرة هذا الحق دون إذن كتابى سابق منه أو ممن يخلفه " .

أو مصورا – عاملا لدى وكالة الإعلان ، وخاضـــعا لها فى عمله لقاء أجر ، أو أن يكون مقاولا ، أى يعمل مستقلا عنها غير تابع لها ، ففى الحالتين ، يثبت له الحق الأدبى على المصنف أو المبتكر الإعلانى ، ولا يكون لوكالة الإعلان سواء اعتبرت رب عمل أو طالبا للعمل سوى حق الاستغلال المـــالى للمصـــنف الإعلانى ، ويتفق هذا الحكم مع حكم القـــانون رقـــم ٣٥٤ لسنة ١٩٥٤ السابق ذكرها بخصوص العلاقـــة بين وكالة الإعلان والمعلن .

(ثانيا) حالة المصنف الإعلانى الجماعى :

تنص المادة ٢٧ من القانون رقـــم ٣٥٤ لســـنة ١٩٥٤ بشأن حماية حق المؤلف على أن " المصـــنف الجماعى هو المصنف الذى يشترك فى وضعه جماعة بتوجيه شخص طبيعى أو معنوى يتكفل بنشره تحـــت إدارته وباسمه ، ويندمج عمل المشتركين فيـــه فـــى الهدف العام الذى قصد إليه هذا الشخص الطبيعى أو

المعنوى بحيث لا يمكن فصل عمل كل من المشتركين وغيره وتمييزه على حدة . ويعتبر الشخص الطبيعى أو المعنوى الذى وجه ابتكار هذا المصنف ونظمه مؤلفا ، ويكون له وحده الحق فى مباشرة حقوق المؤلف " .

وفى ضوء هذا النص فإن المصنف الإعلانى يكون مصنفا جماعيا إذا باشر جماعة من الأشخاص تصميم وإخراج العمل تحت إشراف وتوجيه وكالة الإعلان ، كأن تعهد إلى العاملين لديها بذلك ، فيشترك فى المصنف الإعلانى المصور والرسام والخطاط والمنسق والمعلق والمحرر .

وفى هذه الحالة تكون وكالة الإعلان هى مؤلف المصنف الإعلانى ، وتنفرد ، من ثم ، بمباشرة السلطات الأدبية والمالية عليه ، حيث يعتبر المشاركون فى عمل المصنف الإعلانى قد تنازلوا

عن حقوقهم الأدبية والمالية لوكالة الإعلان نظير ما يحصلون عليه من مقابل قيامهم بهذا العمل .

ويشترط لذلك أن يكون من غير الممكن فصل وتمييز عمل كل مشارك أو مساهم فى عمل المصنف عن عمل غيره .

أما إذا أمكن فصل عمل كل مشارك أو مساهم فى عمل المصنف الإعلانى عن عمل غيره ، فإن وكالة الإعلان تكون هى مؤلف المصنف الإعلانى فى مجموعه ، ويكون لكل شخص ممن شاركوا الحق الأدبى على الجزء الخاص به فى العمل والذى يكون متميزا ومنفصلا عن عمل غيره ، بشرط ألا يتعارض مع الحق الأدبى لغيره .

حماية الحق الأدبى لمؤلف المصنف الإعلانى :

يكفل القانون المصرى الحماية القانونية لحق المؤلف ، فنص على جزاءات جنائية توقع على كل من يعتدى عليه ، حيث قرر أنه يعاقب بالحبس

وبغرامة لا تقل عن خمسة آلاف جنيها ولا تزيد عن عشرة آلاف جنيها أو بإحدى هاتين العقوبتين كل من ارتكب أحد الأفعال الآتية :

أولا : من اعتدى على حق من حقوق المؤلف المنصوص عليها فى المواد ٥ و ٦ و ٧ من هذا القانون .

ثانيا : من أدخل فى مصر بقصد الاستغلال دون إذن المؤلف ، أو من يقوم مقامه ، مصنفا منشورا فى الخارج مما تشمله الحماية التى تفرضها أحكام هذا القانون .

ثالثا : من باع أو عرض للبيع أو للتداول أو للإيجار مصنفا مقلدا مع علمه بتقليده .

رابعا : من قلد فى مصر مصنفا منشورا فى الخارج ، أو باعه ، أو عرضه للبيع ، أو للتداول ، أو للإيجار ، أو صدره أو شحنه للخارج مع علمه بتقليده .

وتتعدد العقوبة بتعدد المصنفات محل الجريمة .

وفى حالة العود تكون العقوبة الحبس والغرامة التى لا تقل عن عشرة آلاف جنيها ولا تزيد عن خمسين ألف جنيها .

وفى جميع الأحوال تقضى المحكمة بمصادرة النسخ المقلدة والأدوات المستخدمة للتقليد ، وينشر ملخص الحكم الصادر بالإدانة فى جريدة يومية واحدة أو أكثر على نفقة المحكوم عليه .

ويجوز للمحكمة عند الحكم بالإدانة أن تقضى بغلق المنشأة التى استعملها المقلدون ، أو شركاؤهم فى ارتكاب أحد الأفعال المشار إليها مدة لا تزيد على ستة أشهر " (م٤٧ من القانون رقم ٣٥٤ لسنة ١٩٥٤) .

المبحث الثانى
الإعلان والحقوق التجارية والصناعية

يقصد بهذه الحقوق حق الشخص فـى احتكـار استغلال الاختراعات والرسوم والنماذج ؛ وحقه على الأسماء التجارية ، والعلامات والبيانـات التجاريـة والصناعية .

وتنظم هذه الحقوق العديـد مـن التشـريعات أهمها :

١ – القــانون رقــم ٥٧ لســنة ١٩٣٩ بشــأن العلامات التجارية .

٢ – القانون رقــم ١٣٢ لســنة ١٩٤٩ بشــأن براءات الاختراع والرسوم والنماذج الصناعية .

٣ – القانون رقم ٥٥ لسنة ١٩٥١ بشان الأسماء التجارية .

وقد تكون هذه الحقوق محل اعتداء بسبب الإعلانات الكاذبة أو المضللة ، مما حدا إلى وضع الحماية القانونية لها ، وهى حماية مزدوجة وطنية ودولية .

فهى من ناحية حماية وطنية عن طريق تلك القوانين والتشريعات السابق الإشارة إليها ، ومن ناحية ثانية حماية دولية عن طريق الاتفاقيات الدولية ، وهى :

١ – اتفاقية باريس فى ٢٠مارس سنة ١٨٨٣ بشأن حماية الملكية الصناعية .

٢ – معاهدة مدريد المبرمة فى ١٤ أبريل سنة ١٨٩١ بشأن العلامات التجارية .

٣ – معاهدة لاهاى فى ٦ نوفمبر ١٩٢٥ بشأن الإيداع الدولى للرسوم والنماذج .

ونعرض تباعا لحماية العلامات التجارية وبراءات الاختراع والأسماء التجارية .

المطلب الأول

حماية العلامة التجارية [١٤]

تعريف العلامة التجارية :

وفقا لنص المادة الأولى من القانون رقم ٥٧ لسنة ١٩٣٩ بشأن العلامة التجارية ، فإنه تعتبر علامات تجارية " الأسماء المتخذة شكلا مميزا والإمضاءات والكلمات والحروف والأرقام والرسوم والرموز وعنوانات المحال والدمغات والأختام والتصاوير والنقوش البارزة وأية علامة أخرى أو أى مجموع منها إذا كانت تستخدم أو يراد أن تستخدم فى تمييز منتجات عمل صناعى أو استغلال زراعى أو استغلال للغابات أو لمستخرجات الأرض أو أية بضاعة للدلالة على مصدر المنتجات أو البضائع أو

---

[١٤] على جمال الدين عوض ، القانون التجارى ، دار النهضة العربية ، ١٩٨٨ ، ص ٢٩٣ وما بعدها .

نوعها أو مرتبتها أو طريقة تحضيرها أو للدلالة على تأدية خدمة من الخدمات " .

تسجيل العلامة التجارية :

(أ) خصائص تسجيل العلامة التجارية :

١ – التسجيل وسيلة لشهر العلامة ، حيث يستطيع كل إنسان أن يطلع عليها .

٢ – تاريخ تسجيل العلامة قرينة على بدء استخدامها ممن سجلت باسمه منذ هذا التاريخ ، وبالتالى قرينة على ملكيته لها .

٣ – يكسب التسجيل الملكية لمن سجلت العلامة باسمه إذا استعملها خمس سنوات استعمالا ظاهرا هادئا ، ولو لم يكن هو الذى سبق إلى استعمالها .

٤ – لا يحتج فى مواجهة الغير بالتصرفات الواردة على العلامة إلا إذا كانت مسجلة ، وتم التأشير بالتصرف فى السجل ونشر فى جريدة العلامات التجارية .

٥ – لا يتمتع بالحماية الجنائية سوى العلامة المسجلة .

(ب) العلامات التى لا يجوز تسجيلها :

وفقا للمادة الخامسة من القانون رقم ٥٧ لسنة ١٩٣٩ ، فإنه لا يجوز تسجيل :

١ – العلامات الخالية من أية صفة مميزة .

٢ – كل تعبير أو رسم أو علامة مخلة بالآداب أو بالنظام العام .

٣ – الشعارات العامة والأعلام والرموز وغيرها من الرموز الخاصة بالدولة .

٤ – العلامات والدمغات الرسمية للبلاد .

٥ – العلامات المشابهة للرمز ذات الصبغة الدينية البحتة .

٦ – الأسماء الجغرافية إذا كان من شأنها إحداث لبس فى خصوص مصدر المنتج ، كوضع اسم بلد ما لإيهام المستهلك أنه بلد الصنع .

٧ – العلامات المضللة أو المزورة .

(ج) إجراءات التسجيل :

يقدم طلب التسجيل إلى إدارة تسجيل العلامات التجارية بوزارة الاقتصاد على النموذج المعد لذلك .

ويجوز لهذه الإدارة رفض طلب التسجيل إذا كان متعلقا بأحد العلامات التى لا يجوز تسجيلها . ويكون لطالب التسجيل التظلم من قرار الرفض فى مدة غايتها ٣٠ يوما أمام لجنة التظلمات من تاريخ إخطاره بالقرار .

أما إذا قبل طلب التسجيل ، فإنه يجب على الإدارة شهره فى جريدة العلامات التجارية .

ويجوز لكل ذى شأن أن يعترض على التسجيل خلال ثلاثة شهور من تاريخ الإشهار . ويجب فى هذه الحالة على الإدارة إخطار طالب التسجيل كتابة بحصول المعارضة .

ويجوز الطعن فى قرار الإدارة بقبول أو رفض المعارضة أمام القضاء خلال عشرة أيام من تــاريخ الإخطار .

فإذا تم تسجيل العلامة ، فإنه يجب على الإدارة أن تسلم طالب التسجيل شهادة بذلك ، ويتمتع مالــك العلامة فى هذه الحالة بحماية مدتها عشــر ســنوات يجوز تجديدها .

صور الحماية المقررة للعلامة التجارية :

فى سبيل مواجهة الإعلانات الكاذبة أو المضللة ، نصت المادة ٣١ من ذات القانون علــى أنــه " لا يجوز ذكر ميداليات أو دبلومات أو جوائز أو درجات فخرية من أى نوع ، ســواء أكانــت اكتســبت فــى معارض أم مباريات أم منحت من رؤساء الــدول أو الحكومات أو المصالح العامة أو هيئــات العلمــاء أو الجمعيات العلمية إلا بالنسبة للمنتجات التــى تنطبــق عليها هذه المميزات ، وبالنسبة للأشخاص والأســماء

التجارية الذين اكتسبوها أو لمن آلت إليهم حقوقهم ، ويجب أن يشتمل ذلك على بيان صحيح بتاريخها ونوعها والمعارض أو المباريات التى منحت فيها . ولا يجوز لمن اشترك مع آخرين فى عرض منتجات أن يستعمل لمنتجاته الخاصة المميزات التى منحت للمعروضات المشتركة ما لم يبين بطريقة واضحة مصدر تلك المميزات ونوعها " .

وتتمتع العلامة التجارية بالحماية الجنائية والحماية المدنية وكذا بالحماية الدولية .

أولا – الحماية الجنائية :

حددت المادة ٣٣ من قانون العلامات التجارية والمعدلة بالقانون رقم ٥٦٩ لسنة ١٩٥٤ الأفعال التى تعد جرائم جنائية ، وتمثل اعتداءا على العلامة التجارية ، وحددت العقوبات التى توقع على مرتكب هذه الأفعال ، فنصت على أن " يعاقب بالحبس مدة لا تجاوز سنتين وبغرامة لا تقل عن خمسين جنيها ،

ولا تزيد عن ثلاثمائـــة جنيهـــا أو بإحـــدى هـــاتين العقوبتين :

١ – كل من زور علامة تـــم تســـجيلها طبقـــا للقانون ، أو قلدها بطريقة تدعو إلى تضليل الجمهور ، وكل من استعمل بسوء القصد على منتجاته علامة مملوكة للغير .

٢ – كل من وضع بسوء القصد على منتجاتـــه علامة مملوكة للغير .

٣ – كل من باع أو عرض للبيع أو للتداول ، أو حاز بقصد البيع منتجات عليها علامة مزورة أو مقلدة أو موضوعة بغير حق مع علمه بذلك " .

وفى ضوء هذا النص ، يمكن تحديـــد الجـــرائم المنصوص عليها فيها فيما يلى :

١ – **تزوير أو تقليد العلامة المسجلة** : ويقصد بتزوير العلامة نقلها نقلا حرفيا وتاما ، أما تقليـــدها فيعنى صنع علامة تشبه فـــى مجموعهـــا العلامـــة

الحقيقية ، ويكون من شأن ذلك تضليل المستهلك ، ودفعه إلى الاعتقاد الخاطئ بأنها هى العلامة الأصلية .

ويتضح من ذلك أنه لا تثور صعوبة أمام القضاء فى تقدير توافر التزوير حيث يكون هناك تطابق بين العلامتين الأصلية والمزورة . أما فى حالة التقليد ، فإن القضاء قد وضع ضوابط لتقدير توافر التقليد المعاقب عليه ، وتتمثل هذه الضوابط فيما يلى :

(أ) أن العبرة فى توافر التقليد هى بأوجه الشبه بين العلامة الأصلية والعلامة المقلدة ، لأن أوجه الشبه هى التى يكون من شأنها تضليل المستهلك .

(ب) أن العبرة تكون بالمظهر العام وليس بالتفاصيل ، فالقضاء يعتد أساسا بالتشابه فى مجموع العلامتين الأصلية والمقلدة ، دون التفاصيل .

(ج) العبرة فى تقدير إمكان الوقوع فى الخلط هى بالمستهلك متوسط الحرص والانتباه .

وتقدير توافر التشابه بين العلامتين الأصلية والمقلدة من الأمور التى يستقل بها قاضى الموضوع دون معقب عليه من محكمة النقض ، طالما بنى تقديره على أسباب سائغة .

٢ – استعمال العلامة المزورة أو المقلدة :

أى أن يقوم المزور أو المقلد بوضع العلامة المزورة أو المقلدة على المنتج أو السلعة ، وقد يقوم شخص غيره بذلك كمشترى المحل التجارى الموجودة به العلامات المزورة أو المقلدة .

ولا يشترط لوقوع هذه الجريمة أن يتم بيع المنتج أو السلعة ، إذ يكفى مجرد وضع العلامة المزورة أو المقلدة على المنتج أو السلعة .

٣ – اغتصاب علامة حقيقية مملوكة للغير :

والفرض هنا أن العلامة غير مزورة وغير مقلدة ، ويقوم شخص غير مالكها ، بسوء نية ، بوضعها على منتج خاص به .

ويمكن أن يتم اغتصاب العلامة التجارية بسهولة كبيرة بالنسبة للعلامات غير اللاصقة بالمنتج ذاته ، كالعلامة التى توضع أو تلصق على الغلاف من الخارج ، ومثال ذلك اغتصاب شخص زجاجات الكوكاكولا الفارغة لتعبئة منتجاته بها .

كما يمكن أن يقع اغتصاب العلامة التجارية حتى ولو كانت العلامة ملتصقة أو مندمجة بالمنتج ذاته ، فيقوم المغتصب بنزع الجزء من المنتج الموجودة به العلامة التجارية ، ويقوم بلصقه على منتج آخر ، فيبدو هذا المنتج الأخير وعليه العلامة الأصلية ، كأن يفصل جزة من آلة أو جهاز أو غير ذلك بالعلامة التجارية الموجودة عليه ، ويضعه على جزء من آلة أو جهاز آخر لتضليل المستهلك .

٤ – بيع السلع التى تحمل العلامة المزورة أو المقلدة أو المغتصبة أو عرضها للبيع أو للتداول أو حيازتها بقصد بيعها :

وتعد هذه الجريمة هى الغرض من التزوير والتقليد والاغتصاب ، ولا يشترط لكى تتحقق أن يترتب عليها كسب ، كما لا يشترط أن تقع أكثر مرة واحدة .

وفضلا عن هذه الأفعال ، نصت المادة ٣٤ المعدلة بالقانون رقم ٥٦٩ لسنة ١٩٥٤ على عقاب أى شخص يضع ، على خلاف الحقيقة ، بيانا على العلامة التجارية ، يؤدى إلى الاعتقاد بأنه قد تم تسجيل العلامة التجارية فى مصر .

ثانيا – الحماية المدنية :

تتمثل هذه الحماية فى دعوى المنافسة غير المشروعة التى يستطيع مالك العلامة التجارية رفعها على مرتكب المخالفة المتعلقة بالعلامة .

وفضلا عن مالك العلامة التجارية ، فإنه يجوز رفع هذه الدعوى أيضا من الغير – الذى من الممكن

أن يكون تاجرا آخر أو المستهلك – بشرط أن يكـون هناك ضرر قد لحق بهذا الغير .

كما يلاحظ أنه لا يشترط لرفع هذه الدعوى أن تكون العلامة مسجلة ، بخلاف الحال بالنسبة للدعوى الجنائية التى لا يجوز رفعها إلا إذا كانـت العلامـة مسجلة .

ويلاحظ أيضا أنه يجوز رفع دعوى المنافسـة غير المشروعة ، ولو كان قد قضى ببراءة المتهم فى الدعوى الجنائية .

ويترتب على رفع الدعوى جواز الحكم بإتلاف العلامات غير القانونية ، أو إتلاف المنتجات ذاتهـا ، أو إتلاف الآلات المستخدمة فى التزوير .

ويجوز للمحكمة أن تأمر بنشـر الحكـم فـى صحيفة أو أكثر على نفقة المحكوم عليه .

الإجراءات التحفظية :

تيسيرا على مالك العلامة التجارية على إثبات حقه في دعواه المدنية ، وإثبات ارتكاب أحد الجرائم السابقة ، نصت المادة ٣٥ من القانون رقم ٥٧ لسنة ١٩٣٩ المعدلة بالقانون رقم ٦٩ لسنة ١٩٥٩ على أنه " يجوز لمالك العلامة ، فى أى وقت ، ولو كان ذلك قبل رفع أى دعوى مدنية أو جنائية ، أن يستصدر ، بناء على عريضة مشفوعة بشهادة رسمية دالة على تسجيل العلامة ، أمرا من القاضى باتخاذ الإجراءات التحفظية اللازمة ، وعلى الأخص :

(أ) عمل محضر حصر ووصف تفصيلى عن الآلات أو الأدوات التى تستخدم أو تكون قد استخدمت فى ارتكاب الجريمة ، والمنتجات أو البضائع أو عنوانات المحال أو الأغلفة أو غيرها مما تكون قد وضعت عليه العلامة أو البيان موضع الجريمة ، وكذلك البضائع المستوردة من الخارج إثر ورودها .

(ب) توقيع حجز على الأشياء المذكورة فـــى البند السابق ، على ألا يوقع الحجز إلا بعد ان يقـــدم الطالب تأمينا يقدره القاضى تقديرا أوليـــا لتعـــويض المحجوز عليه عند الاقتضاء . ويجوز بعـــد توقيـــع الحجز المنازعة فى كفاية التأمين الذى قدمه الحـــاجز وفقا للأحكام المنصوص عليها فى قانون المرافعات .

ويجوز أن يشمل الأمر الصادر مـــن القاضـــى ندب خبير أو أكثر لمعاونة المحضر فى عمله ، وفى جميع الأحوال ، تعتبر الإجراءات التحفظيـــة التـــى اتخذها مالك العلامة باطلة إذا لم يتبعها رفع دعـــوى مدنية أو جنائية على من اتخذت ضده تلك الإجراءات ، وذلك خلال العشرة أيام التالية لصدور الأمر ، مع مراعاة مواعيد المسافة .

ويجوز للمحجوز عليه أن يطلب تعويضا عمـــا أصابه من ضرر من جراء الحجز التحفظى ، بشرط إعلان دعوى التعويض خلال ٩٠ يوما تبدأ إما مـــن

تاريخ انقضاء عشرة أيام بعد صدور الأمر بـــالحجز دون رفع الدعوى ، وإما من تـــاريخ صـــدور حكـــم نهائى فى دعوى الحاجز .

وفى الحالتين لا يصرف التأمين للحاجز إلا بعد صدور الحكم النهائى فى دعوى المحجوز عليه ، أو بعد انقضاء الميعاد المقرر له دون رفعها ، مـــا لـــم يتضمن الحكم الصادر فى دعوى الحاجز ، الفصل فى موضوع التأمين " .

ثالثا – الحماية الدولية :

أبرمت فى هذا الخصوص اتفاقية مدريد فى ١٤ أبريل ١٨٩١ ، وقد انضمت مصر إليها بالقانون رقم ٦٥ لسنة ١٩٥٠ ، وأصدرتها بمرسوم فى ٢١ مـــايو ١٩٥١ .

وقد أجازت هذه الاتفاقية لكل شخص تابع لدولة موقعة عليها أو مقيم بها أو له بها محل عمـــل ، أن يطلب تسجيل علامته تسجيلا دوليا بالمكتب الـــدولى

لحماية الملكية الصناعية ببرن ، وذلك متى كان هــذا الشخص قد قام بتسجيل هذه العلامة من قبــل فــى الدولة التابع لها أو المقيم بها أو التى له بهــا محــل عمل .

المطلب الثانى
حماية ملكية براءات الاختراع

أولا – الحماية الجنائية :

أوردت المادة ٤٨ من القانون رقم ١٣٢ لســنة ١٩٤٩ بعض الأفعال التى تنطوى فيهــا الإعلانــات المضللة أو الكاذبة على جرائم جنائية ، فنصت على أن " يعاقب بالحبس مــدة لا تزيــد علــى ســنتين ، وبغرامة لا تقل عن عشرة جنيهات ولا تزيــد علــى ثلاثمائة جنيه ، أو بإحدى هاتين العقوبتين ، كل مــن يرتكب أحد الأفعال التالية :

١ – تقليد موضوع اختراع منحت عنه براءة ، سواء أكان التقليد متقنا أم لا ، وكذلك تقليد رسم أو نموذج صناعى تم تسجيله ، وفقا لأحكام القانون .

٢ – وضع بيانات بغير حق على المنتجات أو الإعلانات أو العلامات التجارية أو أدوات التعبئة أو غير ذلك ، تؤدى إلى الاعتقاد بحصول من قام بهذا الفعل على براءة اختراع أو بتسجيله رسما أو نموذجا صناعيا " .

ثانيا – الحماية المدنية :

يجوز لمالك الاختراع رفع دعواه المدنية على أساس قواعد المسئولية التقصيرية ضد مغتصب الاختراع بهدف الحصول على التعويض عما لحقه من ضرر .

ويجب عليه إثبات توافر الخطأ والضرر وعلاقة السببية بينهما .

ويجوز لمالك الاختراع رفع هذه الدعوى ولو لم يكن اختراعه مسجلا ، أما إذا كان قد سجل اختراعه ، فإنه يكون بالخيار بين رفع دعوى التقليد ، ودعوى المسئولية التقصيرية (دعوى المنافسة غير المشروعة) ، كما يجوز له أن يجمع بينهما .

الإجراءات التحفظية :

تمكينا لمالك البـــراءة أو الرســم أو النمــوذج الصناعى من إثبات الاعتداء على حقوقه ، أجازت له المادة ٤٩ من قانون بـــراءات الاختـــراع والرســوم والنماذج الصناعية المعدلة بالقانون رقم ٦٥٠ لســنة ١٩٥٥ أن يستصدر من القضاء الإدارى أمرا باتخاذ الإجراءات التحفظية ، وبصفة خاصة :

١ – إعداد وصف تفصيلى عــن المنتجــات أو البضائع المقلدة والآلات التى استخدمت أو قد تستخدم فى ارتكاب الجريمة والبضائع المستوردة من الخارج إثر ورودها .

٢ - توقيع الحجز التحفظى على المنتجات والأشياء سالفة الذكر ، بعد تقديم كفالة تكفى لتعويض المدعى عليه إذا ما ثبت أن الطالب غير محق فى دعواه .

ويجوز لمالك الاختراع أن يستصدر الأمر باتخاذ الإجراءات التحفظية أثناء قيام الدعوى الجنائية أو دعواه الإدارية الموضوعية المرفوعة أمام القضاء الإدارى .

كما يجوز استصدار هذا الأمر ولو قبل رفع أية دعوى سواء كانت جنائية أو إدارية ، وفى هذه الحالة يجب على صاحب الشأن استصدار الأمر أن يقوم برفع الدعوى أمام القضاء الإدارى ، أو رفع دعوى مباشرة ، أو تقديم شكوى للنيابة العامة ، خلال ثمانية أيام – مع مراعاة مواعيد المسافة – من تاريخ تنفيذ الأمر ، وإلا بطلت الإجراءات التى اتخذها من تلقاء نفسها .

وتتخذ الإجراءات التحفظية بناء على عريضة ، مقدمة إلى رئيس محكمة القضاء الإدارى ، ومشفوعة بشهادة رسمية دالة على تسجيل الاختراع أو الرسم أو النموذج الصناعى .

ثالثا – الحماية الدولية :

أبرمت اتفاقية باريس الخاصة بحماية الملكية الصناعية فى ٢٠ مارس ١٨٨٢ ، وانضمت إليها مصر بالقانون رقم ١٦٥ لسنة ١٩٥٠ .

وقد قامت هذه الاتفاقية على ثلاثة محاور أساسية تتمثل فى :

١ – تمتع رعايا اتحاد الملكية الصناعية بمعاملة الوطنين فى دول الاتحاد الأخرى بشرط خضوعهم لما يخضع له الوطنيون فى هذا الخصوص ، وحصول رعايا الدول غير المنضمة للاتحاد على نفس مزايا هؤلاء إذا كانوا مقيمين فى إحدى دول

الاتحاد أو لهم فيها منشآت صناعية أو تجارية فعلية وجدية .

٢ - إذا قدم المخترع في أى دولة من دول الاتحاد طلبا للحصول على براءة عنه ، فإنه يسبق كل شخص آخر فى هذه الدول خلال اثنى عشر شهرا من تاريخ تقديم أول طلب له .

ويكون الأمر كذلك حين يقدم شخص أجنبى طلب الحصول على براءة اختراع فى دولته - المنضمة إلى الاتحاد - فى تاريخ معين (يناير ٢٠٠٠) ، ثم يقدم طلبا آخر بذلك فى دولة أخرى - منضمة كذلك إلى الاتحاد - بتاريخ لاحق (أبريل ٢٠٠٠) ، فإنه تكون له الأسبقية على الوطنى الذى قدم طلب الحصول على البراءة فى هذه الدولة الأخيرة ، فى تاريخ سابق على ذلك (مارس ٢٠٠٠) ، لأن الطلب الأول المقدم من الأجنبى فى دولته

يعتبر أنه قد قدم في كل دول الاتحاد في ذات التاريخ :

٣ – مبدأ استقلال براءات الاختراع في دول الاتحاد ، بمعنى أنه إذا حصل شخص أكثر من براءة اختراع في عدة دول من دول الاتحاد ، فإن كل براءة اختراع منها تكون مستقلة بذاتها فيما يتعلق بصحتها وبطلانها وانقضائها .

المطلب الثالث
حماية الأسماء التجارية

الاسم التجاري هو ذلك الاسم الذي يطلقه التاجر على محله التجاري لتمييزه عن غيره من المحال .

ويتمتع الاسم التجاري بالحماية سواء من الناحية الجنائية أو من الناحية المدنية .

أولا – الحماية الجنائية :

وفقا لنص المادة ٩ من القانون رقم ٥٥ لسنة ١٩٥١ فإنه يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على سنة وبغرامة لا تقل عن خمسة جنيهات ، ولا تزيد على مائة جنيه أو بإحدى هاتين العقوبتين ، كل من استعمل عمدا اسما تجاريا على خلاف أحكام هذا القانون أو القرارات الصادرة تنفيذا له .

ومن أمثلة الاعتداء على الاسم التجارى أن يضع الشخص اسما تجاريا يحمل على اعتقاد بأن المحل التجارى مملوك لشركة وليس لفرد .

ووفقا للمادة ١١ من ذات القانون ، فإنه يتم إثبات الجرائم التى تقع بالمخالفة لأحكام هذا القانون والقرارات الصادرة تنفيذا له بمعرفة رؤساء مكتب السجل التجارى ، ومن يقوم بأعمالهم ، وهم يتمتعون فى أداء هذا العمل بصفة الضبطية القضائية .

ثانيا – الحماية المدنية :

ويكون ذلك عن طريق دعوى المنافسة غير المشروعة تطبيقا للقواعد العامة .

وتتميز هذه الدعوى عن الدعوى الجنائية من عدة نواح :

فمن ناحية أولى يتمتع الاسم التجارى بالحماية سواء كان مقيدا بالسجل التجارى أم لا .

ومن ناحية ثانية يمكن الالتجاء إليها ولو كان الاسم اللاحق فى الاستعمال غير متمتع بالحماية الجنائية ، أى خارجا عن دائرة مكتب السجل التجارى الذى قيد به الاسم الأول .

وتنطبق شروط الدعوى المدنية سواء فى حالة اغتصاب الاسم التجارى أو تقليده .

وللمحكمة سلطة واسعة فى تقدير التعويض عما سببه الاعتداء من ضرر .

الفصل الثانى

الإعلان والحق فى الصورة

قد يلجأ المعلن فى سبيل الإعلان عن منتجاته أو سلعه إلى استخدام صور بعض الأشخاص فى ذلك ، ويتعلق الإعلان فى هذه الحالة بحق الشخص فى الصورة ، لأنها من الأمور الشخصية التى تدخل فى نطاق حرمة الحياة الخاصة .

وتقتضى دراسة الصلة بين الإعلان وحرمة الحياة الخاصة ، أن نتعرض - بإيجاز - لحدود حماية الحق فى الصورة ، وكذلك صور الحماية المقررة ضد الاعتداء على هذا الحق ، وذلك فى مبحثين متتاليين .

المبحث الأول

حدود حماية الحق فى الصورة

أولا – الأصل عدم جواز تصوير الشخص دون رضاءه :

نظرا لأن الصورة تلتصق التصاقا وثيقا بشخص الإنسان ، وبحياته الخاصة ، فإنه لا يجوز تصويره أو نشر صورته بغير رضاءه .

ويلاحظ أنه بدون هذا الرضاء ، فإن التصـــوير أو النشر يعد عملا غير مشروع .

ويصدر الرضاء من صاحب الصورة نفسه ، إلا إذا كان ناقص أو عديم الأهلية ، فإن الحق بالإذن فى التقاط الصورة ينتقل إلى ممثله القانونى .

ويشترط فى رضاء الشخص أن يكون ناتجا عن إرادة سليمة غير مشوبة بأحد عيوب الإرادة .

ويجوز أن يكون الرضاء بالتقاط الصورة صريحا أو ضمنيا ، كتابة أو شفاهة .

ويقع على عاتق من قام بالتقاط الصورة أو نشرها أن يقوم بإثبات حصوله على الإذن بالتصوير أو النشر .

وعلى ذلك فاستخدام صورة أى شخص فى الإعلان عن منتج أو خدمة معينة دون الحصول على إذنه يعد عدوانا على حرمة حياته الخاصة ، الذى يمثل الحق فى الصورة أحد جوانبها .

ثانيا – الاستثناء جواز تصوير الشخص بغير رضاءه فى بعض الحالات :

١ – **التصوير فى الأماكن العامة :** يخرج من نطاق حماية الحق فى الصورة ، أن تكون هذه الصورة قد التقطت فى مكان عام ، ولكن يلاحظ ضرورة التمييز بين التقاط صورة الشخص بشكل عرضى فى الأماكن العامة ، أو التقاطها بشكل

أساسى ، ففى الفرض الأول ، إذا التقطت الصورة فى مكان عام وظهر فيه الشخص عرضا ، فلا يكون فى ذلك عدوانا على حرمة حياته الخاصة ، أما فى الفرض الثانى ، فإنه إذا تعمد من التقط الصورة أن يركز الصورة على شخص أو أسرة معينة ، فإنه يكون قد اعتدى على حرمة الحياة الخاصة ، بالرغم من التقاط الصورة فى مكان عام .

٢ – **صور الشخصيات العامة** : يجوز التقاط صور الشخصيات العامة ، إذ أنهم يقبلون ذلك ، مع مراعاة عدم استخدام هذه الصور فى الإعلانات التجارية ، وإنما يشترط أن تكون الصورة ذات صلة بحياتهم العامة ، فيجب أن تتقيد بنطاق المناسبة أو الحدث العام الذى يشاركون فيه ، كالتقاط هذه الصور أثناء مؤتمر أو ندوة ، ولذلك لا يجوز التقاط صور لهؤلاء الأشخاص فى مواضع شخصية بغير الحصول على رضائهم .

المبحث الثانى

الحماية من الاعتداء على الحق فى الصورة

وردت العديد من النصوص فى القانون المصرى التى تؤكد على حرمة الحياة الخاصة بصفة عامة ، والحق فى الصورة بصفة خاصة .

من ذلك ، المادة ٤٤ من الدستور التى تنص على حرمة المساكن ، وكذلك ما نصت عليه المادة ٥٧ من الدستور من أن " كل اعتداء على الحرية الشخصية أو حرمة الحياة الخاصة للمواطنين وغيرها من الحقوق والحريات العامة التى يكفلها الدستور والقانون جريمة لا تسقط الدعوى الجنائية ولا المدنية الناشئة عنها بالتقادم ، وتكفل الدولة تعويضا عادلا لمن وقع عليه الاعتداء .

كما تنص المادة ٣٠٩ مكرر (١) من قانون العقوبات على أن " يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على

سنة كل من اعتدى علـــى حرمـــة الحيـــاة الخاصـــة للمواطن ، وذلك بأن ارتكب أحد الأفعال الآتية فـــى غير الأحوال المصرح بها قانونا او بغيـــر رضـــاء المجنى عليه :

(أ) ....

(ب) التقط أو نقل بجهاز من الأجهزة أيا كان نوعه صورة شخص فى مكان عام .

فإذا صدرت الأفعال المشار إليها فى الفقـــرتين السابقتين أثناء اجتماع على مســـمع أو مـــرأى مـــن الحاضرين فى ذلك الاحتماع ، فإن رضـــاء هـــؤلاء يكون مفترضا " .

وفضلا عن ذلك ، تنص أيضا المادة ٥٠ مـــن التقنين المدنى على أن " لكل من وقع عليـــه اعتـــداء غير مشروع فى حق من الحقوق الملازمة لشخصيته ، أن يطلب وقف هذا الاعتداء مع التعـــويض عمـــا يكون قد لحقه من ضرر " .

ملاحق

قانون رقم ٦٦ لسنة ١٩٥٦

في شأن تنظيم الإعلانات[1]

باسم الأمة

مجلس الوزراء

بعد الاطلاع على الإعلان الدستورى الصادر فى ١٠ من فبراير سنة ١٩٥٣ ؛

وعلى القرار الصادر فى ١٧ من نوفمبر سنة ١٩٥٤ بتخويل مجلس الوزراء سلطات رئيس الجمهورية ؛

وعلى المرسوم الصادر فى ٢٠ من يولية سنة ١٩٣٨ بلائحة الإعلانات المعدل بالمرسوم الصادر فى ٤ من فبراير سنة ١٩٥٤ ؛

وعلى القانون رقم ٤٣٠ لسنة ١٩٥٥ بتنظيم الرقابة على الأشرطة السينمائية ولوحات الفانوس السحرى والأغانى والمسرحيات والمنلوجات والأسطوانات وأشرطة التسجيل الصوتى ؛

وعلى ما ارتآه مجلس الدولة ؛

وبناءً على ما عرضه وزير الشئون البلدية والقروية ؛

إصدار القانون الآتى :

مادة ١ - يقصد بالإعلان فى تطبيق أحكام هذا القانون أية وسيلة أو تركيبة أو لوحة صنعت من الخشب أو المعدن أو الورق أو القماش أو البلاستيك أو الزجاج أو أية مادة أخرى . وتكون معدة للعرض أو النشر بقصد الإعلان بحيث تشاهد من الطريق أو خارج وسائل النقل العام .

---

(١) الوقائع المصرية - العدد ١٦ مكرر فى ١٩٥٦/٢/٢٦

مادة ٢ - لا يجوز مباشرة الإعلان إلا بعد الحصول على ترخيص فى ذلك من السلطة المختصة .

ويجب للترخيص فى مباشرة الإعلان عن الأشرطة السينمائية موافقة السلطة القائمة على تنفيذ القانون رقم ٤٣٠ لسنة ١٩٥٥ المشار إليه .

ويكون الترخيص شخصيا ونافذا للمدة المحددة فيه على ألا تجاوز سنة واحدة يجوز تجديدها .

ولا يترتب على منح الترخيص أية مسئولية على السلطة المختصة فى شأن ما رخص فى إجرائه .

وتبين اللائحة التنفيذية شروط وأوضاع الإعلان والترخيص فيه ورسوم منحه وتجديده .

مادة ٣ - على المرخص له فى الإعلان ومالك العقار الذى يباشر عليه تنفيذ ما تقرره السلطة المختصة من أعمال الصيانة أو التنسيق أو التجديد خلال خمسة عشر يوما من تاريخ إخطارهما بذلك بخطاب موصى عليه .

مادة ٤ - يعفى من الحصول على الترخيص :

(أ) التركيبات أو اللوحات أو الوسائل غير المضيئة كهربائيا والموضوعة على المحال العامة أو التجارية أو الصناعية أو الملاهى أو الأماكن المعدة لمزاولة إحدى المهن وذلك بقصد الإعلان عن العمل الذى يزاول فيها على ألا يزيد ما يوضع أو يباشر منها على إعلان واحد لكل واجهة مستقلة وبشرط ألا تجاوز حدود المحل ولا تبرز عن واجهة البناء المثبتة به بأكثر من ٢٠ سنتيمترا مع مراعاة ألا يقل ارتفاع حافتها السفلى عن ثلاثة أمتار من سطح الطريق إذا زاد هذا البروز عن ٥ سنتيمترات .

ويجوز وضع لوحة أو لافتة أخرى حاملة للاسم على أحد جوانب المداخل العمومية للمبنى وبشرط ألا تزيد أبعادها عن ٣٠ × ٤٠ سنتيمترا ولا يجاوز بروزها ٥ سنتيمترات .

(ب) الإعلانات الموضوعة داخل فترينات العرض لتعلن عن أنواع السلع أو المهن أو الصناعات متى كانت متعلقة بالتجارة أو المهنة أو الصناعة التى تزاول فى المحال .

(جـ) الإعلانات المباشرة على وسائل النقل الخاصة بالمؤسسة أو المصنع أو المحل التجارى متى كان الإعلان متعلقا بالاسم أو نوع العمل أو التجارة الذى يزاوله .

(د) الإعلانات المباشرة على الأجهزة والوسائل المرخص بها لتعلن عن نوع المواد أو السلع أو الغرض المخصصة من أجله كطلبات البنزين وموازين الأشخاص والثلاجات وغيرها .

(هـ) الإعلانات المباشرة على العلب أو الأغلفة أو ما فى حكمها التى تستعمل لأغراض تجارية أو صناعية أو صحية للاستهلاك الشخصى ولو وضعت على جوانب المحال التجارية أو المطاعم .

(و) إعلانات البيع أو الإيجار الخاصة بالعقارات ذاتها .

(ز) الإعلانات والبلاغات والنشرات وغيرها الصادرة من السلطة العامة أو التى يقضى بها القانون .

(ح) الإعلانات التى تباشرها الهيئات الدينية والخيرية والصحية إذا كانت متعلقة بالأغراض المنشأة من أجلها هذه الهيئات .

(ط) الإعلانات الانتخابية .

(ى) الإعلانات والتركيبات التى تقام فى المناسبات العامة كالأعياد الدينية أو القومية أو المهرجانات الرياضية أو الثقافية أو الاجتماعية .

على أنه لايجوز مباشرة الإعلانات المشار إليها فى البنود الثلاثة الأخيرة إلا بعد موافقة السلطة المختصة طبقا للشروط وفى المدة التى تحددها لذلك ويتعين إزالتها وإعادة الحالة إلى ما كانت عليه خلال ثلاثة أيام من انتهاء المدة المحددة .

مادة ٥ - يحظر مباشرة الإعلان على :

(أ) المبانى الأثرية ودور العبادة والأسوار المحيطة بها .

(ب) أملاك الدولة العامة .

(ج) المبانى أو أجزاء المبانى التى تكون مخصصة لخدمة عامة تباشرها الحكومة أو الهيئات العامة الإقليمية أو غيرها من الأشخاص الاعتبارية العامة .

(د) النصب والتماثيل المقامة على أرض مخصصة للمنفعة العامة وقواعدها والمنتزهات والأرصفة والأسوار المحيطة بها .

(هـ) المنشآت والأعمدة والأجهزة وغيرها من التركيبات المخصصة لخدمة عامة والمقامة على أرض مخصصة للمنفعة العامة .

ومع ذلك فللسلطة المختصة أن ترخص فى مباشرة الإعلان على الأماكن المشار إليها فى البندين (ب) ، (هـ) طبقا للشروط والأوضاع وبالرسوم التى يعينها الوزير المختص بقرار يصدره .

مادة ٦ - للسلطة المختصة أن ترفض الترخيص فى الإعلان لأسباب تتعلق بمظهر المدينة أو تنسيقها أو بطابع المنطقة أو بتنظيم حركة المرور فيها أو بالأمن العام أو بالآداب أو بالعقائد الدينية .

مادة ٧ - يكون لموظفى السلطة المختصة الذين يصدر بندبهم قرار وزارى صفة رجال الضبط القضائى فى تنفيذ أحكام هذا القانون والقرارات المنفذة له - ويكون لهم الحق فى التفتيش على الإعلان والأجهزة الخاصة به .

مادة ٨ - كل من باشر إعلانا أو تسبب فى مباشرته بالمخالفة لهذا القانون والقرارات المنفذة له يعاقب بغرامة لا تقل عن جنيه واحد ولا تجاوز عشرة جنيهات .

وفى حالة تعدد الإعلانات المخالفة ولو كانت متماثلة تتعدد العقوبة بقدر عدد المخالفات .

وفى جميع الأحوال يقضى بإزالة الإعلان وبإلزام المخالف برد الشيء إلى أصله وبأداء ضعف الرسوم المقررة على الترخيص .

فإذا لم يقم صاحب الشأن بتنفيذ الحكم الصادر بذلك فى المدة التى تحدد لهذا الغرض جاز للسلطة المختصة إجراء هذه الأعمال على نفقته ولا يجوز مطالبتها بأى تعويض عن أى تلف يلحق الإعلان أو الأجهزة أو غيرها .

ولصاحب الشأن خلال شهر من تاريخ إخطاره بحصول الإزالة أن يسترد الإعلان ومشتملاته بعد أدائه قيمة نفقات الإزالة وضعف الرسوم المقررة على الترخيص .

فإذا انقضى هذا الميعاد جاز للسلطة المختصة بيع الإعلان ومشتملاته بالطريق الإدارى وتحصيل المبالغ المستحقة لها .

وكل إعلان مخالف للمادة الخامسة أو بشأنه إعاقة حركة المرور أو تعريض سلامة المنتفعين بالطريق أو السكان أو تعريض الممتلكات للخطر أو تشويه جمال المدينة أو تنسيقها أو المساس بالآداب العامة أو بالعقائد الدينية يجوز للسلطة المختصة إزالته فورا بالطريق الإدارى على نفقة المخالف وتحصيل نفقات الإزالة بطريق الحجز الإدارى .

مادة ٩ - يعاقب بغرامة لا تجاوز خمسة جنيهات كل من أزال أو نزع أو مزق أو شوه إعلانا مرخصا فيه .

مادة ١٠ - يستمر العمل بالرخص السابق صرفها قبل نفاذ هذا القانون إلى نهاية المدة المحددة فيها . ولا يجوز تجديدها إلا بعد استيفاء الشروط المبينة فى هذا القانون والقرارات المنفذة له فى ميعاد لا يجاوز ستة شهور من انتهاء مدتها .

وعلى أصحاب الإعلانات التى يسبق الترخيص فيها أن يقدموا خلال ستة شهور من تاريخ العمل بهذا القانون طلبا إلى الجهة المختصة للحصول على الترخيص المشار إليه فى المادة الثانية .

مادة ١١ - لا يترتب على هذا القانون أى إخلال بتطبيق أحكام وقوانين المبانى والتنظيم واشغال الطرق العامة والمحال الصناعية والتجارية

مادة ١٢ - تسري أحكام هذا القانون فى البلاد التى بها مجالس بلدية وفى الجهات التى يصدر بها قرار من الوزير المختص .

ويجوز للوزير المختص بقرار يصدره إعفاء بعض المناطق أو الأحياء أو الطرق أو الميادين من تطبيق بعض أحكام هذا القانون أو القرارات المنفذة له وفى هذه الحالة يتضمن القرار الشروط والأوضاع التى يجب توافرها للترخيص فى هذا الإعلان .

مادة ١٣ - يلغى المرسوم الصادر فى ٢٠ يولية سنة ١٩٣٨ المشار إليه .

مادة ١٤ - على وزراء الشئون البلدية والقروية والمواصلات والعدل والداخلية كل فيما يخصه تنفيذ هذا القانون - ولوزير الشئون البلدية والقروية إصدار القرارات اللازمة لتنفيذه ، ويعمل به من تاريخ نشره فى الجريدة الرسمية ،

صدر بديوان الرياسة فى ١٠ رجب سنة ١٣٧٥ هـ (٢٢ فبراير سنة ١٩٥٦ م) .

المذكرة الإيضاحية

للقانون رقم ٦٦ لسنة ١٩٥٦

صدرت لائحة الإعلانات بمقتضى المرسوم المؤرخ فى ٢٠ من يوليو سنة ١٩٣٨ وصدرت أحكامها التنفيذية بقرار وزارى فى ٢٩ أكتوبر سنة ١٩٣٨ وهما يشملان الأحكام والاشتراطات اللازمة لمباشرة الإعلان .

وقد تبين بعد تنفيذهما أنهما لم يتناولا أكثر من الاشتراطات الضرورية لتنظيم مباشرة الإعلان علاوة على أنهما لم يقررا من الرسوم سوى رسم نظرى قدره عشرون قرشا عن كل طلب بالترخيص فى الإعلان .

لذلك رؤى أن الأمر يقتضى استصدار قانون بدلا من المرسوم باللائحة سالف الذكر ليأتى مستوفيا للاشتراطات الضرورية وللرسوم الواجبة الأداء مقابل الترخيص فى مباشرة الإعلان وذلك بما يتناسب مع المهام الملقاة على عاتق السلطة المختصة سواء من جهة إجراءات صرف الرخص أو معاينة الإعلانات والتفتيش عليها وليتمشى مع التقدم الملموس فى وسائل الإعلان المختلفة .

وقد أعد مشروع القانون المرافق بما يحقق هذه الأغراض فتناولت المادة الأولى تعريف الإعلان وأوجبت المادة الثانية الحصول على ترخيص من الجهة المختصة قبل مباشرة الإعلان ويكون هذا الترخيص شخصيا ونافذا للمدة المحددة فيه بشرط ألا تجاوز سنة واحدة يجوز تجديدها وأعفيت السلطة مانحة الترخيص من أية مسئولية فى شأن ما رخص فى إجرائه ، وتبين اللائحة التنفيذية شروط وأوضاع الإعلان والترخيص فيه والرسوم الواجب أداؤها لصرفه وتجديده .

وألزمت المادة الثالثة المرخص له فى الإعلان ومالك العقار الذى يباشر عليه الإعلان بتنفيذ ماتقرره السلطة المختصة من أعمال الصيانة أو التنسيق أو التجديد خلال خمسة عشر يوما من تاريخ إخطارهما بذلك بخطاب موصى عليه .

ثم عددت المادة الرابعة الإعلانات المعفاة من الترخيص - وقد روعى النص على أنواع من الإعلانات مما يرد ذكره فى المرسوم باللائحة المعمول به حاليا مع أنها كانت معفاة من الترخيص .

أما المادة الخامسة فقد عددت الأماكن التى يحظر مباشرة الإعلان عليها .

ونظرا إلى إنه فى بعض الحالات يكون الترخيص بالإعلان غير متفق مع تنسيق ومظهر المدينة أو طابع المناطق المختلفة أو قد يكون من شأنه أن يمس الآداب العامة أو العقائد الدينية فقد خولت المادة السادسة السلطة المختصة حق رفض الترخيص بمثل هذه الإعلانات .

وقد أضيفت المادة السابعة على مندوبى السلطة المختصة الذين يصدر بندبهم قرار وزارى صفة رجال الضبط القضائى وخولتهم الحق فى التفتيش على الإعلان والأجهزة الخاصة به .

ثم تناولت المادة الثامنة العقوبة المفروضة على كل من باشر إعلانا أو تسبب فى مباشرته بالمخالفة لأحكام القانون والقرارات المنفذة له وقد روعى رفعها من جنيه إلى عشرة جنيهات علاوة على الحكم بالإزالة ويرد الشى إلى أصله وبأداء ضعف الرسوم المقررة ليكون ذلك رادعا للمخالفين كما خولت السلطة المختصة فى تنفيذ الأحكام الصادرة على نفقة المخالف إذا لم يقم بتنفيذ هذه الأحكام فى المدة التى تحدد لهذا الغرض .

وقد خولت هذه المادة أيضا السلطة المختصة حق الإزالة الفورية للإعلانات التى من شأنها إعاقة حركة المرور أو تعريض سلامة المنتفعين بالطرق أو السكان أو الممتلكات للخطر أو تشويه جمال أو تنسيق المدينة أو المساس بالآداب العامة أو العقائد الدينية وكذلك الإعلانات المحظور مباشرتها .

وتناولت المادة التاسعة العقوبة المفروضة على من يزيل أو ينزع أو يمزق عمدا الإعلانات المرخص فيها .

ونظمت المادة العاشرة الإعلانات المرخص فيها وقت صدور هذا القانون وكذلك الإعلانات التى سبق الترخيص فيها وأصبحت خاضعة لأحكامه وحددت المدة اللازمة للحصول على التراخيص اللازمة فيها .

وقد حددت المادة الثانية عشرة الجهات التى تطبق فيها أحكام هذا القانون وأجازت للوزير المختص بقرار يصدره إعفاء بعض المناطق أو الأحياء أو الطرق أو الميادين من تطبيق بعض أحكام هذا القانون أو القرارات المنفذة له وفى هذه الحالة يتضمن القرار الشروط والأوضاع التى يجب توافرها فى الإعلان وفى الترخيص فيه .

وتتشرف وزارة الشئون البلدية والقروية بعرض مشروع القانون المرفق على مجلس الوزراء معدًا فى الصيغة التى أقرها مجلس الدولة ، رجاء التفضل بالموافقة عليه وإصداره .

وزير الشئون البلدية والقروية

وزارة الشئون البلدية والقروية

قرار رقم ١٦٩٢ لسنة ١٩٥٨

باللائحة التنفيذية للقانون رقم ٦٦ لسنة ١٩٥٦ في شأن تنظيم الإعلانات والغاء القرار رقم ٢٧٧ لسنة ١٩٥٦ باللائحة التنفيذية القديمة[١]

وزير الشئون البلدية والقروية

بعد الاطلاع على القانون رقم ٦٦ لسنة ١٩٥٦ فى شأن تنظيم الإعلانات ؛

وعلى القرار رقم ٢٧٧ لسنة ١٩٥٦ باللائحة التنفيذية للقانون المذكور ؛

وعلى ما ارتآه مجلس الدولة ؛

قــــــرر :

مادة ١ – يقدم طلب الترخيص فى الإعلان إلى الجهة المختصة مبينا به اسم الطالب وصناعته ومحل إقامته والمدة التى سيباشر فيها الإعلان وموقع العقار الذى سيباشر عليه واسم مالكه .

ويرفق بالطلب المستندات الآتية :

(أ) الرسومات الإنشائية التفصيلية بمقاس رسم مناسب من صورتين عن الحوامل الخاصة بالإعلان والتركيبات والهياكل وغيرها والمواد المصنوعة منها وطرق تثبيتها وألوانها متى كان الإعلان مركبا بأعلى أسطح العقارات أو أعمدة الإنارة أو النفق .

وإذا كان الإعلان مضيئا فيجب أن يرفق مع الطلب علاوة على الرسومات المشار إليها فى الفقرة السابقة الرسومات التفصيلية للتركيبات والتوصيلات الكهربائية (٢) .

(ب) الإيصال الدال على إيداع رسم النظر .

(١) الوقائع المصرية العدد ٩٩ فى ١٨ ديسمبر سنة ١٩٥٨

(٢) الفقرة الثانية من البند (أ) من المادة الأولى مضافة بقرار وزير الإسكان والمرافق رقم ٧٢٩ لسنة ١٩٦٧ – الوقائع المصرية العدد ١٤٧ فى ١١ سبتمبر سنة ١٩٦٧

مادة ٢ - فى حالة مباشرة الإعلان على لوحات أو وسائل متعددة لموضوع واحد أو لموضوعات مختلفة يجب الحصول على ترخيص عن كل لوحة أو حامل أو وسيلة ولو كان الطالب أو المنتفع بالإعلان شخصا واحدا .

مادة ٣ - يشترط فى السياجات واللوحات والحوامل والوسائل الأخرى المعدة لمباشرة الإعلان أن تكون مطابقة للمواصفات الآتية :

(أ) السياجات واللوحات والحوامل والوسائل المعدة للإعلان والمقامة على الأرض :

١ - يجب أن تكون القوائم مثبتة بمتانة فى الأرض وألا يقل طول الجزء المثبت منها داخل الأرض عن متر واحد وفى حالة استعمال قوائم أو حوامل من الخشب أو الحديد يتعين طلاؤها بوجهين من البمتومين الساخن .

٢ - يجب ألا يزيد ارتفاع أعلى جزء من السياجات أو اللوحات أو الحوامل المقامة حول الأرض الفضاء على ستة أمتار من منسوب سطح الأرض المطلة عليها . وإذا لم يكن الغرض من إقامة السياج حجب الأرض الفضاء من جميع جهاتها وجب ترك جزء خال يكشف عما وراءه بارتفاع قدره نصف متر على الأقل بين الأرض وآخر جزء فى السياج ويجوز فى هذه الحالة تغطية هذا الفراغ بشبكة من الخشب على ألا يقل الجزء المفرغ منها عن نصف مساحته .

وإذا أقيمت اللوحات بعيدة عن حد الطريق بمسافة لا تقل عن ثمانية أمتار جاز أن يصل ارتفاع أعلى جزء منها إلى ثمانية أمتار .

(ب) اللوحات أو الحوامل المثبتة فى الحوائط :

١ - يجب لتثبيت اللوحات أو الحوامل استعمال كانات من الحديد لا يقل طول الجزء المثبت منها داخل الحوائط عن ١٠ سم ولا يجوز استعمال الخوابير أو القطع الخشبية فى هذا الغرض .

ويجب أن يكون تصميم وتركيب وتثبيت الإعلان طبقا للأصول الفنية أو القواعد الهندسية ويشترط ألا يتعارض مع فتحات الأبواب والنوافذ ووسائل الإنقاذ وأعمدة الصرف ومواسير المياه .

٢ - يجب ألا يجاوز بروز الإعلان بما فى ذلك الحوامل والكوابيل واللوحات المباشر عليها خارج حد الطريق المسافات الآتية :

٥ سم من حد الطريق فى حدود ارتفاع قدره ثلاثة أمتار مقيسا من سطح الطريق ثم ٥ فى المائة من عرض الطريق فى المسافة التى تعلو ذلك لغاية ارتفاع أربعة أمتار مقيسا من سطح الطريق وبشرط ألا يزيد البروز على ستين سنتيمتر ثم ١٠ فى المائة من عرض الطريق فيما يعلو ذلك من ارتفاع .

ويشرط ألا يزيد البروز على متر ونصف ولا يجوز أن يزيد ارتفاع أعلى جزء فى الإعلان على سطح سقف الدور العلوى المطل على الطريق بأكثر من مترين .

وإذا كان الإعلان مثبتا على واجهات البواكى وجب ألا يزيد بروزه مع الحوامل والكوابيل الخاصة به من سطح الحائط على ربع عرض الرصيف الواقع خارج واجهات البواكى بشرط ألا يجاوز هذا البروز ٥٠ سم وألا يقل ارتفاع أدنى جزء فيه عن ثلاثة أمتار ويحظر مباشرة الإعلان على فتحات البواكى وكذلك الإعلان على الجوانب الداخلية والجانبية لأكتاف البواكى .

(جـ) الإعلانات الموضوعة فوق أسطح المبانى :

١ - فى حالة مباشرة الإعلانات على لوحات موضوعة فوق أسطح المبانى يجب ألا يزيد ارتفاع أعلى جزء فيها بما فى ذلك الحوامل على خمسة أمتار أما فى حالة مباشرتها على تركيبات مفرغة بحيث لا يكون فى مجموعها أو فى جزء منها لوحة مصمتة فيجب ألا يزيد ارتفاعها بما فى ذلك الحوامل على عشرين مترا .

ويجب فى الحالتين المتقدمتين أن تكون الحوامل ومشتملاتها رادة عن صامت واجهات البناء الواقعة على حد الطريق بما لا يقل عن متر واحد .

٢ - يجب أن تكون حوامل الإعلانات أو اللوحات والتركيبات وغيرها من مواد غير قابلة للاحتراق .

٣ - يجب أن يكون الإعلان وحوامله فى موضع لا يعرض المنتفعين بالعقار أو غيرهم لأى ضرر ولا يتعارض مع التركيبات الخاصة بالمرافق العامة أو وسائل الإنقاذ أو يؤثر عليها .

٤ - يجب أن يكون تصميم وتركيب وتثبيت الإعلان طبقا للأصول الفنية وبحيث يقاوم تأثير الرياح ولا يترتب عليه أى ضرر .

(د) الإعلانات المثبتة فى أعمدة الإنارة :

يجب فى الإعلانات التى تباشر على أعمدة الإنارة ألا يقل ارتفاع أدنى نقطة فيها عن ٤ر٥ متر من سطح الرصيف وألا تزيد مسطحها على متر مربع وألا يتجاوز البروز حافة الرصيف .

(هـ) الإعلانات على النفق :

يجب فى الإعلانات التى تباشر على النفق إذا لم تكن بالنقش ألا يجاوز ارتفاعها حافتى الحائط الممتدة بعرض الطريق السفلى وألا تزيد سمكها على عشرة سنتيمترات .

(و) فى الإعلانات على شبكة الحقائب أعلى سيارات الأجرة (١) .

يجب فى الإعلانات التى تباشر على شبكة الحقائب أعلى سيارات الأجرة أن تثبت تثبيتا جيدا بالشبكة وأن تكون غير بارزة عن سطح السيارة العلوى المثبتة به الشبكة وألا يزيد ارتفاع الإعلان عن عشرين سنتيمتراً عن سقف السيارة ، وأن يكون من مادة غير قابلة للاحتراق .

ويلزم حفظ رخصة مباشرة الإعلان مع سائق السيارة وتقديمها عند أى طلب فى أى وقت .

ويجب إخطار قلم المرور عن السيارات الأجرة المباشرة عليها الإعلانات بدون ترخيص ليراعى ذلك فى تجديد رخصة المرور السنوية .

(ز) الإعلانات المضيئة كهربائيا (٢) .

يجب أن تتوافر فى الإعلانات المضيئة كهربائيا فضلا عن الاشتراطات المنصوص عليها فى هذه المادة ما يأتى :

---

(١) الفقرة (و) من المادة (٣) مضافة بقرار وزير الشئون البلدية والقروية رقم ٢٩٢ لسنة ١٩٦١ - الوقائع المصرية العدد ٣٠ فى ١٣ أبريل سنة ١٩٦١

(٢) الفقرة (ز) من المادة (٣) مضافة بقرار وزير الإسكان والمرافق رقم ٧٢٩ لسنة ١٩٦٧ - الوقائع المصرية العدد ١٧٤ فى ١١ سبتمبر سنة ١٩٦٧

١ - أن يكون موقع الإعلان المضىء في مكان مأمون بعيد عن متناول الأيدى وبطريقة تمنع انتشار الحريق .

٢ - أن تعمل حواجز من مادة غير قابلة للاحتراق حول الإعلانات التى تقام فوق أسطح المبانى والإعلانات التى تباشر السياجات واللوحات والحوامل المقابلة على الأرض ويعمل بهذه الحواجز باب مزود بقفل متين لمنع دخول غير المختصين إلى مكان الإعلان كما توضع عليه لافتة (خطر- ممنوع الدخول) .

٣ - أن تكون جميع الأجزاء المعدنية الداخلة فى تركيب الإعلان بما فيها الحوامل واللوحات موصلة توصيلا كهربائيا جيدا بالأرض .

٤ - أن تكون محولات التيار والأنابيب الضوئية وما يتصل بها من أجهزة فى أماكن مأمونة وجيدة التهوية وفى مكان لا يدخله إلا المختصين فقط .

٥ - أن تكون المفاتيح والمصهرات على لوحة أو لوحات من الرخام أو الاردواز .

٦ - أن تكون جميع التوصيلات الكهربائية داخل مواسير معزولة من الصلب السميك الملحوم كما يجب توصيلها بالأرض .

٧ - أن تكون محولات التيار مغطاة بأغطية محكمة بحيث لا تتسرب إليها مياه الأمطار وأن تكون جيدة التهوية .

٨ - أن يزود مكان الإعلان المركب على أسطح المبانى أو المباشر على اللوحات أو الحوامل المثبتة فى الحوائط على واجهات المحال بعدد من أجهزة وأدوات إطفاء الحريق الذى ترى الجهة المختصة بالترخيص لزومه وذلك من الأنواع الآتية :

- جهاز إطفاء حريق الكهرباء .
- جهاز إطفاء مائى سعة ١٠ لتر .

مادة ٤ – لا يجوز مباشرة الإعلان بالكتابة أو النقش أو بالطلاء على الحوائط إلا فى الأماكن التى توافق عليها السلطة المختصة وذلك فيما عدا الإعلانات المنصوص عليها فى البند (أ) من المادة الرابعة من القانون رقم ٦٦ لسنة ١٩٥٦ المشار إليه .

كما لا يجوز مباشرة الإعلانات المضيئة إذا كانت تسبب إخلالا أو لبسا مع إشارات المرور الضوئية .

ولا يجوز مباشرة الإعلان بالإضاءة المسقطة المتحركة والثابتة إلا فى الأماكن وبالأوضاع التى توافق عليها السلطة المختصة .

مادة ٥ – يجب أن تصنع اللوحات والحوامل والوسائل المعدة لمباشرة الإعلانات من مواد ذات مقاومة تعتمدها السلطة المختصة كالمعدن أو الخشب أو الزجاج أو غيره .

ولا يجوز مباشرة الإعلان بطريق اللصق إلا على لوحات مصنوعة من المواد المشار إليها على أنه بالنسبة للإعلانات التى لا تزيد مدة مباشرتها على ثلاثة شهور يجوز أن تكون مصنوعة من مواد ضعيفة المقاومة تعتمدها السلطة المختصة .

مادة ٦ – فى حالة مباشرة الإعلان على لوحة أو حامل معد لهذا الغرض يجوز صرف ترخيص واحد عن كل لوحة أو حامل حتى ولو تغير الإعلان من وقت إلى آخر .

مادة ٧ – يؤدى الطالب قبل الترخيص فى الإعلان أو تجديده الرسوم الآتية :

(أ) رسم نظرى قدره خمسون قرشا عن كل إعلان أو لوحة أو سياج أو عامود إنارة أو وحدة من وحدات النقل المشترك سواء كانت قاطرة أو مقطورة أو شبكة الحقائب أعلى سيارات الأجرة ولا يرد هذا الرسم فى حالة رفض طلب الترخيص أو طلب تجديده [1] .

(ب) رسم قدره عشرة قروش عن كل متر مربع من مساحة الإعلان حتى ولو كان متغيرا لأية مدة يباشر فيها الإعلان لغاية سنة وإذا كان للإعلان أكثر من وجه واحد يؤدى الرسم عن كل وجه بحسب مساحته .

---

(١) الفقرة (أ) من المادة السابعة معدلة بقرار وزير الشئون البلدية والقروية رقم ٢٩٢ لسنة ١٩٦١

(جـ) رسم قدره أربعة جنيهات عن كل إعلان على أعمدة الإنارة على ألا يتعدى فانوسا ذى وجهتين على عامود الإنارة الواحد وذلك لأية مدة يباشر فيها الإعلان لغاية سنة .

(د) رسم قدره جنيهان عن كل متر مربع من مساحة الإعلان الذى يباشر على النفق لأية مدة يباشر فيها الإعلان لغاية سنة .

(هـ) رسم قدره جنيهان و ٥٠٠ مليم عن الإعلانات المباشرة من الداخل أو الخارج على كل وحدة من وحدات النقل سواء أكانت قاطرة أو مقطورة وذلك عن أية مدة يباشر فيها الإعلان لغاية سنة .

وتحدد مساحة الإعلان بالأبعاد الخارجية للوحدات بما فى ذلك الزخارف والإطارات - إن وجدت وإذا بوشر الإعلان بالنقش أو الكتابة أو الأحرف المجسمة غير المحدودة بإطار فتكون مساحة الإعلان عبارة عن مساحة المستطيل الشامل للإعلان المباشر .

وفى جميع الحالات تعتبر كسور المتر مترا .

مادة ٨ - يلغى القرار رقم ٢٧٧ لسنة ١٩٥٦ المشار إليه .

مادة ٩ - يعمل بهذا القرار من تاريخ نشره فى الجريدة الرسمية ،

وزارة الإسكان والمرافق

قرار رقم ٦٧٦ لسنة ١٩٦٥[1]

بشرط الترخيص بالإعلان على بردورة الأرصفة والحواجز الحديدية المخصصة لتأمين سلامة عبور المشاة بمدينة القاهرة

وزير الإسكان والمرافق

بعد الاطلاع على القانون رقم ٦٦ لسنة ١٩٥٦ فى شأن تنظيم الإعلانات ولائحته التنفيذية ؛

قــــرر :

مادة ١ – لا يجوز فى مدينة القاهرة وضع إعلانات بأرصفة الطرق والميادين والحواجز الحديدية المخصصة لسلامة عبور المشاة إلا فى الجهات التى تحددها السلطة القائمة على أعمال التنظيم .

وتحدد المواصفات الفنية عند تركيب ونزع الإعلانات بمعرفة السلطة المختصة بمحافظة القاهرة لتلافى أى تلف أو تكسير الأرصفة أو الحواجز الحديدية .

مادة ٢ – يجب عرض نماذج الإعلانات على الجهات المختصة بمحافظة القاهرة قبل الترخيص بها .

مادة ٣ – يحصل مبلغ مساو لرسوم الترخيص المنصوص عليها فى اللائحة التنفيذية للقانون رقم ٦٦ لسنة ١٩٥٦ المشار إليه بصفة تأمين لسلامة الأرصفة والحواجز الحديدية .

مادة ٤ – ينشر هذا القرار فى الوقائع المصرية ويعمل به من تاريخ نشره ،

تحريراً فى ٩ صفر سنة ١٣٨٥ (٩ يونية سنة ١٩٦٥) .

---

(١) الوقائع المصرية العدد ٥٤ فى ١٩٦٥/٧/١٥

مذكرة

بشروط الترخيص بالإعلان على بردورة الأرصفة والحواجز الحديدية المخصصة لتأمين سلامة عبور المشاة بمدينة القاهرة

طلبت شركة الإعلانات المصرية الترخيص لها بالإعلان على بردورة الأرصفة والحواجز الحديدية المخصصة لتأمين سلامة عبور المشاة بمدينة القاهرة ، ضمن مشروع تجميل الأرصفة باستغلالها للإعلانات .

ونظرا لأن المادة (٥) من القانون رقم ٦٦ لسنة ١٩٥٦ فى شأن تنظيم الإعلانات حظرت فى فقرتها الأولى مباشرة الإعلانات على أملاك الدولة العامة ، ثم أجازت فى فقرتها الأخيرة للسلطة المختصة أن ترخص فى مباشرة الإعلان على هذه الأماكن طبقا للشروط والأحوال وبالرسوم التى يعينها الوزير المختص بقرار يصدره .

ونظرا لأن بردورة الأرصفة والحواجز الحديدية المخصصة لتأمين سلامة عبور المشاة بمدينة القاهرة تعتبر من أملاك الدولة العامة طبقا لنص المادة (٨٧) من القانون المدنى ، وترى محافظة القاهرة فى الإعلان على هذه الأماكن وسيلة من وسائل تجميل الأرصفة .

لهذا أعد مشروع القرار المرافق متضمنا لشروط الترخيص بالإعلان على بردورة الأرصفة والحواجز الحديدية المخصصة لتأمين سلامة عبور المشاة بمدينة القاهرة .

قرار رئيس مجلس الوزراء

رقم ١٢٥ لسنة ١٩٧٢

بخفض مصروفات الدعاية والإعلان الحكومية[١]

رئيس مجلس الوزراء

بعد الاطلاع على المادة (١٥٦) من الدستور ؛

قـــرر :

مادة ١ - تخفض بنسبة ٥٠٪ الاعتمادات المخصصة للدعاية والإعلان فى ميزانيات الوزارات والهيئات والمؤسسات العامة وشركات القطاع العام والجهات التابعة لها أو التى تشرف عليها أو تساهم فيها .

مادة ٢ - يجب أن يكون الإعلان موضوعيا ويهدف إلى تحقيق فوائد إعلانية محددة وأن يبتعد عن كل ما من شأنه الإعلام عن أشخاص المسئولين عن إدارتها .

مادة ٣ - يعمل بهذا القرار من تاريخ صدوره ،

صدر برئاسة مجلس الوزراء فى ٦ ذى الحجة سنة ١٣٩١ (٢٢ يناير سنة ١٩٧٢) .

---

(١) الجريدة الرسمية فى ٣٠ يناير سنة ١٩٧٢ - العدد ٤

وزارة العدل

قرار وزير العدل رقم ١٦٠٠ لسنة ١٩٨٩

بإنشاء محكمة ونيابة جنح ومخالفات بلدية الجيزة[1]

وزير العدل

بعد الاطلاع على قانون السلطة القضائية الصادر بالقانون رقم ٤٦ لسنة ١٩٧٢ والمعدل بالقانون رقم ٣٥ لسنة ١٩٨٤ ؛

وعلى كتاب السيد المستشار رئيس محكمة الجيزة الابتدائية المؤرخ ١٩٨٩/١/١١ ؛

وعلى كتاب السيد المستشار مدير التفتيش القضائى للنيابة العامة المؤرخ ١٩٨٩/٢/٢٣ ؛

قـــرر :

(المادة الأولى)

تنشأ بمدينة الجيزة محكمة جزئية تابعة لمحكمة الجيزة الابتدائية ويشمل اختصاصها دائرة مدينة الجيزة (أقسام شرطة الجيزة والعجوزة والدقى وبولاق الدكرور والهرم وامبابة) وتختص بنظر الجنح والمخالفات الناشئة عن تطبيق القوانين الآتية :

١ - القانون رقم ١٠٦ لسنة ١٩٧٦ الخاص بتوجيه أعمال البناء وتعديلاته .

٢ - قانون التخطيط العمرانى الصادر بالقانون رقم ٣ لسنة ١٩٨٢

٣ - القانون رقم ٣٨ لسنة ١٩٦٧ فى شأن النظافة العامة وتعديلاته .

٤ - القانون رقم ٣٧١ لسنة ١٩٥٦ بشأن المحال العامة وتعديلاته .

٥ - القانون رقم ٢٢١ لسنة ١٩٥١ الضريبة على الملاهى وتعديلاته .

٦ - القانون رقم ١ لسنة ١٩٢٦ بشأن الاحتياطات اللازمة لمقاومة انتشار حمى الملاريا وتعديلاته .

٧ - القانون رقم ١٤٠ لسنة ١٩٥٦ فى شأن إشغال الطرق العامة وتعديلاته .

---

(١) الوقائع المصرية - العدد ٧٣ فى ١٩٨٩/٣/٢٦

٨ - القانون رقم ٦٦ لسنة ١٩٥٦ فى شأن تنظيم الإعلانات .

٩ - القانون رقم ٣٧٢ لسنة ١٩٥٦ فى شأن الملاهى .

١٠ - القانون رقم ٤٥٣ لسنة ١٩٥٤فى شأن المحال الصناعية والتجارية والمقلقة للراحة وتعديلاته .

١١ - القانون رقم ٥ لسنة ١٩٦٦ فى شأن الجبانات.

١٢ - القانون رقم ٦٣ لسنة ١٩٧٦ بحظر شرب الخمر .

١٣ - القانون رقم ٧٨ لسنة ١٩٧٤ الخاص بالمصاعد الكهربائية .

(المادة الثانية)

تنشأ بمدينة الجيزة نيابة جزئية تبع نيابة الجيزة الكلية وتختص بالجنح والمخالفات المنصوص عليها فى المادة السابقة ويشمل اختصاصها دائرة مدينة الجيزة (أقسام شرطة الجيزة والعجوزة والدقى وبولاق الدكرور والهرم وامبابة) .

(المادة الثالثة)

يكون مقر المحكمة والنيابة المشار إليهما بمبنى محكمة بندر امبابة الكائن بتاج الدول امبابة .

(المادة الرابعة)

تحال إلى المحكمة والنيابة المشار إليهما القضايا والتحقيقات التى أصبحت من اختصاص كل منهما بالحالة التى هى عليها وتكون إحالة القضايا للمحكمة المذكورة بجلسات محددة وبدون مصاريف ما لم تكن مؤجلة للنطق بالحكم فيها .

(المادة الخامسة)

ينشر هذا القرار فى الوقائع المصرية ، ويعمل به اعتبارا من ١٩٨٩/٦/١

وزير العدل

المستشار / فاروق سيف النصر

محافظة القاهرة

قرار رقم ٢٣٤ لسنة ١٩٨٠[1]

بشأن تعديل درجات الطرق العامة بمدينة القاهرة ورسوم الإشغال والإعلانات

محافظ القاهرة

بعد الاطلاع على القانون رقم ٤٣ لسنة ١٩٧٩ بشأن نظام الحكم المحلى ولائحته التنفيذية ؛

وعلى القانون رقم ٦٦ لسنة ١٩٥٦ فى شأن تنظيم الإعلانات العامة ؛

وعلى القانون رقم ١٤٠ لسنة ١٩٥٦ بشأن إشغال الطرق العامة ؛

وعلى قرار وزير الشئون البلدية رقم ١٦٩٢ لسنة ١٩٥٨ باللائحة التنفيذية للقانون رقم ٦٦ لسنة ١٩٥٦ ؛

وعلى قرار وزير الشئون البلدية رقم ٣٩٥ لسنة ١٩٥٦ باللائحة التنفيذية للقانون رقم ١٤٠ لسنة ١٩٥٦ المعدل بالقرار رقم ١٢٩١ لسنة ١٩٦١ ؛

وعلى قرار وزير الشئون البلدية رقم ١٥٠٥ لسنة ١٩٥٧ بتعديل اللائحة التنفيذية للقانون رقم ١٤٠ لسنة ١٩٥٦ ؛

وعلى قرار وزير الشئون البلدية رقم ٣٦٢ لسنة ١٩٥٧ بتقسيم الطرق العامة بمدينة القاهرة إلى درجات ؛

وعلى قرار المجلس التنفيذى لمحافظة القاهرة رقم ٨٢ لسنة ١٩٨٠ بشأن تعديل درجات الطرق العامة بمدينة القاهرة ورسوم الإشغال ؛

وعلى قرار اللجنة الدائمة للمجلس الشعبى المحلى لمحافظة القاهرة (كمجلس) رقم ١٩٣ لسنة ١٩٨٠ باعتماد قرار المجلس التنفيذى رقم ٨٢ لسنة ١٩٨٠ المشار إليه ؛

---

(١) الوقائع المصرية فى ٣٠ ديسمبر سنة ١٩٨٠ - العدد ٢٩٥

قــــرر :

مادة أولى - يعدل تقسيم الطرق العامة بمدينة القاهرة إلى أنواع ودرجات حسب درجة أهميتها وطبقا للكشوف المرافقة لهذا القرار .

مادة ثانية - تعدل فئات الرسوم المقررة طبقا للائحة التنفيـذية لقانون الإشغالات العامة وقانون الإعلانات وفقا للكشوف المرافقة لهذا القرار .

مادة ثالثة - ينشر هذا القرار فى الوقائع المصرية ويعمل به من تاريخ نشره ، وعلى الجهات المختصة تنفيذه .

صدر فى ١٧ ذى الحجة سنة ١٤٠٠ (٢٦ أكتوبر سنة ١٩٨٠) .

فئات رسوم الإشغالات العامة والإعلانات المعدلة

أولا - تعدل الرسوم والتأمينات الموضحة فى القرار الوزارى رقم ٣٩٥ لسنة ١٩٥٦ باللائحة التنفيذية للقانون رقم ١٤٠ لسنة ١٩٥٦ فى شأن اشغال الطرق العامة المعدلة بالقرار رقم ١٢٩١ لسنة ١٩٦١ - بالنسبة لمحافظة القاهرة - لتصبح كالآتى :

١ - يكون رسم النظر ٢ جنيه عن كل طلب للترخيص فى إشغال أو تجديده أو التنازل عنه ويتعدد الرسم بتعدد أنواع الاشغال المبينة فى الطلب (مادة ٢٤) .

٢ - تكون رسوم إشغال طرق النوع الأول بمهمات العمارة بجميع أنواعها كالآتى :

مليم	جنيه	
-	١	يوميا للمتر المربع عن كل المدة فى طرق الدرجة الممتازة .
٥٠٠	-	يوميا للمتر المربع عن الشهر الأول لطرق الدرجة الأولى .
٥٠٠	-	يوميا للمتر المربع عن الشهرين التاليين لطرق الدرجة الأولى .
٥٠٠	-	يوميا للمتر المربع عن باقى المدة لطرق الدرجة الأولى .
٢٥٠	-	يوميا للمتر المربع عن الشهر الأول فى طرق الدرجة الثانية .
٢٥٠	-	يوميا للمتر المربع عن الشهرين التاليين فى طرق الدرجة الثانية .

وتكون التأمينات كالآتى :

الطرق الممتازة : عشرة جنيهات عن كل متر طولى من الواجهة على ألا يقل عن خمسين جنيها .

طرق الدرجات الأولى والثانية : خمسة جنيهات عن كل متر طولى من الواجهة على ألا يقل التأمين عن خمسة وعشرين جنيها (مادة ٢٥) .

٣ - تكون رسوم الإشغال بالفترينات الخاصة بالعرض وبروز الأبواب والحليات كالآتى :

مليم	جنيه	
-	٢٥	سنويا عن المتر المربع من الإشغال فى طرق النوع الأول من الدرجة الممتازة .
-	١٥	سنويا عن المتر المربع من الإشغال فى طرق النوع الأول من الدرجة الأولى
٥٠٠	٧	سنويا عن المتر المربع من الإشغال فى طرق النوع الأول من الدرجة الثانية .
-	٥	سنويا عن المتر المربع من الإشغال فى طرق النوع الأول من الدرجة الثالثة .
-	٤	سنويا عن المتر المربع من الإشغال فى طرق النوع الثانى من الدرجة الأولى .
٥٠	٢	سنويا عن المتر المربع من الإشغال فى طرق النوع الثانى من الدرجة الثانية .

ويكون التأمين مساويا لرسوم سنة كاملة (مادة ٣٢) .

٤ - تكون رسوم الإشغال بالفترينات المعدة للبيع كالآتى :

مليم	جنيه	
٥٠٠	٧	سنويا عن المتر المربع من الإشغال فى طرق النوع الأول من الدرجة الممتازة .
٥٠٠	٤	سنويا عن المتر المربع من الإشغال فى طرق النوع الأول من الدرجة الأولى .
٢٥	٢	سنويا عن المتر المربع من الإشغال فى طرق النوع الأول من الدرجة الثانية .
٥٠٠	١	سنويا عن المتر المربع من الإشغال فى طرق النوع الأول من الدرجة الثالثة .
٢٠	١	سنويا عن المتر المربع من الإشغال فى طرق النوع الثانى من الدرجة الأولى .
٧٥	-	سنويا عن المتر المربع من الإشغال فى طرق النوع الثانى من الدرجة الثانية

ويكون التأمين مساويا لرسوم سنة كاملة فى جميع الحالات (مادة ٣٣) .

٥ - تكون رسوم الإشغال بالسقائف والتندات والمظلات كالآتى :

مليم	جنيه	
-	٣	سنويا عن كل سقيفة أو تندة أو مظلة فى طرق النوع الأول من الدرجة الممتازة وطرق النوعين من الدرجة الأولى .
-	٢	سنويا عن كل سقيفة أو تندة أو مظلة فى طرق النوعين من الدرجة الثانية .
-	١	سنويا عن كل سقيفة أو تندة أو مظلة فى طرق النوع الأول من الدرجة الثالثة .

ويتعدد الرسم بتعدد فتحات الأبواب تحت السقيفة أو التندة أو المظلة ويكون التأمين مساويا لرسوم سنة كاملة (مادة ٣٤) .

٦ - تكون رسوم الإشغال بالأكشاك مماثلة لرسوم الإشغال بالفترينات المعدة للبيع منها والموضحة فى البند (٤) .

ثانيا - تعدل رسوم الإعلانات الموضحة فى القرار الوزارى رقم ١٦٩٢ لسنة ١٩٥٨ باللائحة التنفيذية للقانون رقم ٦٦ لسنة ١٩٥٦ فى شأن تنظيم الإعلانات بالنسبة لمحافظة القاهرة لتصبح كالآتى :

يؤدى الطالب قبل الترخيص فى الإعلان أو تجديده الرسوم الآتية :

(أ) رسم نظر قدره جنيهان و ٤٠٠ مليم عن كل إعلان أو لوحة أو سياج أو عامود إنارة أو وحدة من وحدات النقل المشترك سواء كانت قاطرة أو مقطورة أو شبكة الحقائب أعلى سيارات الأجرة . ولا يرد هذا الرسم فى حالة رفض طلب الترخيص أو طلب تجديده .

(ب) رسم قدره ٥٠٠ مليم عن كل متر مربع من مساحة الإعلان حتى ولو كان متغيراً لأية مدة يباشر فيها الإعلان لغاية سنة وإذا كان للإعلان أكثر من وجه واحد يؤدى الرسم عن كل وجه حسب مساحته .

(جـ) رسم قدره ٣٠ جنيها عن كل إعلان على أعمدة الإنارة على ألا يتعدى فانوسا ذا وجهتين على عامود الإنارة الواحد وذلك لأية مدة يباشر فيها الإعلان لغاية سنة .

(د) رسم قدره ١٠ جنيهات عن كل متر مربع من مساحة الإعلان الذى يباشر على النفق لأية مدة يباشر فيها الإعلان لغاية سنة .

(هـ) رسم قدره١٢ جنيها و ٥٠٠ مليم عن الإعلانات المباشرة من الداخل أو الخارج على كل وحدة من وحدات النقل سواء كانت قاطرة أو مقطورة وذلك عن أية مدة يباشر فيها الإعلان لغاية سنة .

وتحدد مساحة الإعلان بالأبعاد الخارجية للوحدات بما فى ذلك الزخارف والإطارات إن وجدت ، وإذا بوشر الإعلان بالنقش أو الكتابة أو الأحرف المجسمة غير المحددة بإطار فتكون مساحة الإعلان عبارة عن مساحة المستطيل الشامل للإعلان المباشر .

وفى جميع الحالات تعتبر كسور المتر مترا (مادة ٧) .

الفهرس

تم بحمد الله تعالى

رقم الإيداع
٥٩٣٩ / ٢٠٠١
الترقيم الدولي
977-04-3373-x

